

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 hasil wawancara dengan pemilik Fathan Mandiri	3
Tabel I. 2 Bauran komunikasi pemasaran Fathan Mandiri	4
Tabel I. 3 Perbandingan Fathan Mandiri dengan kompetitor	5
Tabel I. 4 Survei pendahuluan tugas akhir	6
Tabel I. 5 Survei Pendahuluan Tugas Akhir (Lanjutan)	7
Tabel II. 1 Intensitas kepentingan	20
Tabel II. 2 Nilai Random Index (RI).....	21
Tabel II. 3 Perbandingan Metode Penelitian.....	22
Tabel II. 4 Perbandingan Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	23
Tabel II. 5 Perbandingan Sub Metode.....	24
Tabel III. 1 Kerangka Kuesioner AHP.....	30
Tabel III. 2 Skala kepentingan relatif.....	31
Tabel III. 3 Nilai ketetapan RI	32
Tabel IV. 1 Profil Fathan Mandiri.....	34
Tabel IV. 2 Profil alternative benchmark partner	35
Tabel IV. 3 Rancangan Kuesioner jenis pertama.....	37
Tabel IV. 4 Rancangan Kuesioner AHP jenis kedua	38
Tabel IV. 5 Priority Vektor Komunikasi Pemasaran	39
Tabel IV. 6 Pengolahan Data Kuesioner Tahap Pertama.....	40
Tabel IV. 7 Perhitungan Konsistensi Data Tahap Pertama	40
Tabel IV. 8 Priority Vector Advertising	41
Tabel IV. 9 Priority Vector Personal Selling	42
Tabel IV. 10 Priority Vector Sales Promotion	42
Tabel IV. 11 Priority Vector Public Relation and Publicity	43
Tabel IV. 12 Priority Vector Direct Marketing.....	43
Tabel IV. 13 Priority Vector Event and Experience	44
Tabel IV. 14 Priority Vector Mobile Marketing	44
Tabel IV. 15 Priority Vector Interactive Marketing.....	45
Tabel IV. 16 Pengolahan Data Uji Konsistensi Kuesioner Tahap Kedua	46
Tabel IV. 17 Penentuan Benchmark Partner Terpilih.....	48
Tabel IV. 18 Future Performance (Lanjutan).....	53

Tabel V. 1 Usulan Fitur Website untuk Fathan Mandiri.....	64
Tabel V. 2 Usulan Fitur Website untuk Fathan Mandiri (Lanjutan).....	65