

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Penjualan Tanaman Hias .....	1
Tabel I. 2 Perbandingan Zflora Gardening dengan Kompetitor .....	5
Tabel I. 3 Analisis Alternatif Solusi.....	7
Tabel I. 4 Skala Penilaian Potensi Solusi .....	8
Tabel I. 5 Penilaian Implementasi Solusi .....	9
Tabel I. 6 Program Komunikasi Pemasaran Zflora Gardening .....	10
Tabel II. 1 Kuesioner <i>Pairwise Comparison</i> .....	18
Tabel II. 2 Skala Kepentingan .....	19
Tabel II. 3 Nilai <i>Random Index</i> .....	21
Tabel II. 4 Metode Pembanding .....	23
Tabel II. 5 Perbandingan Sub Metode atau Tools Pembanding.....	24
Tabel II. 6 Pemilihan Teori/model/kerangka Standar Perancangan.....	24
Tabel II. 7 Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel III. 1 Tahap Pengumpulan Data .....	31
Tabel IV. 1 Identifikasi Profil Zflora Gardening .....	39
Tabel IV. 2 Identifikasi Profil Partner Alternatif Benchmark .....	43
Tabel IV. 3 Perbandingan Alternatif Partner Benchmark .....	44
Tabel IV. 4 Spesifikasi Rancangan dan Standar Rancangan.....	48
Tabel IV. 5 Kuesioner AHP Ketertarikan Program Komunikasi Pemasaran.....	52
Tabel IV. 6 Contoh Pengisian Kuesioner Kriteria Komunikasi Pemasaran.....	54
Tabel IV. 7 Kuesioner AHP Alternatif <i>Benchmark</i> .....	55
Tabel IV. 8 Hasil Rekapitulasi Kuesioner.....	57
Tabel IV. 9 Prioritas Perbaikan Kriteria Komunikasi Pemasaran.....	59
Tabel IV. 10 <i>Priority Vector Advertising</i> .....	60
Tabel IV. 11 <i>Priority Vector Sales and Promotion</i> .....	60
Tabel IV. 12 <i>Priority Vector Events and Experiences</i> .....	61
Tabel IV. 13 <i>Priority Vector Public Relations and Publicity</i> .....	61
Tabel IV. 14 <i>Priority Vector Online and Social Media Marketing</i> .....	62

Tabel IV. 15 <i>Priority Vector Mobile Marketing</i> .....	62
Tabel IV. 16 <i>Priority Vector Direct and Database Marketing</i> .....	63
Tabel IV. 17 <i>Priority Vector Personal Selling</i> .....	63
Tabel IV. 18 Konsistensi Kuesioner Kriteria Program Komunikasi Pemasaran .....	64
Tabel IV. 19 Uji Konsistensi Kuesioner Kepentingan Kriteria Program Komunikasi Pemasaran.....	64
Tabel IV. 20 Uji Konsistensi Kuesioner Kepentingan Kriteria Program Komunikasi Pemasaran Alternatif Partner <i>Benchmark</i> .....	65
Tabel IV. 21 Penentuan Partner <i>Benchmark</i> .....	68
Tabel IV. 22 <i>Key Performance Indicator (KPI)</i> .....	69
Tabel IV. 23 Identifikasi <i>Gap</i> .....	72
Tabel IV. 24 <i>Future Performance</i> .....	75
Tabel IV. 25 Rancangan sistem terintegrasi.....	82
Tabel IV. 26 Verifikasi Hasil Rancangan .....	88
Tabel V. 1 Validasi Hasil Rancangan .....	93
Tabel V. 2 Analisis Sensitivitas.....	101