

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar I.1 Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor..... | 1 |
| Gambar I.2 Data Penjualan Motiviga Januari 2021 – Desember 2021..... | 2 |
| Gambar I.3 Tingkat <i>Brand Awareness</i> Pada <i>Brand</i> Motiviga | 5 |
| Gambar I.4 <i>Fishbone Diagram</i> | 6 |
| Gambar II.1 Struktur Hierarki AHP..... | 20 |
| Gambar III.1 Tahapan Perancangan..... | 28 |
| Gambar III.2 Tahapan Perancangan (Lanjutan)..... | 29 |
| Gambar IV.1 Struktur Hierarki <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)..... | 48 |
| Gambar IV.2 Hasil Uji Konsistensi Kuesioner Perbandingan Program Komunikasi Pemasaran Alternatif <i>Partner Benchmark</i> | 60 |
| Gambar IV.3 Hasil Uji Konsistensi Kuesioner Perbandingan Program Komunikasi Pemasaran Alternatif <i>Partner Benchmark</i> (Lanjutan)..... | 61 |
| Gambar V.1 Instagram <i>Advertising Partner Benchmark</i> Terpilih..... | 111 |
| Gambar V.2 Rekomendasi <i>Influencer Marketing</i> Motiviga | 113 |
| Gambar V.3 <i>Event Marketing Partner Benchmark</i> Terpilih..... | 115 |
| Gambar V.4 <i>Bundling Sale Partner Benchmark</i> Terpilih..... | 116 |
| Gambar V.5 <i>Discount Partner Benchmark</i> Terpilih | 117 |