

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan Kompetitor Pie Susu Hasih.....	3
Tabel I. 2 Alternatif Pembangkitan Solusi.....	6
Tabel I. 3 Skala Penilaian Potensi Solusi.....	7
Tabel I. 4 Penilaian Implementasi Solusi.....	7
Tabel I. 5 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	9
Tabel II. 1 Skala Perbandingan Berpasangan Analytical Hierarchy Process.....	21
Tabel II. 2 Pemilihan Teori/model/ Kerangka Standar Perancangan.....	23
Tabel II. 3 Pemilihan Teori/Model/ Kerangka Standar Perancangan (Lanjutan 1).....	24
Tabel II. 4 Pemilihan Teori/Model/ Kerangka Standar Perancangan (Lanjutan 2).....	25
Tabel IV. 1 Profil Objek Penelitian (Pie Susu Hasih).....	38
Tabel IV. 2 Identifikasi Profil Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	39
Tabel IV. 3 Rekapitulasi Data Responden.....	41
Tabel IV. 4 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	41
Tabel IV. 5 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan (Lanjutan 1).....	42
Tabel IV. 6 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan (Lanjutan 2).....	43
Tabel IV. 7 Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran Pie Susu Hasih dan Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	44
Tabel IV. 8 Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran Pie Susu Hasih dan Alternatif <i>Partner Benchmark</i> (Lanjutan 1).....	45
Tabel IV. 9 <i>Priority Vector</i> Kuesioner Program Komunikasi Pemasaran.....	47
Tabel IV. 10 <i>Priority Vector</i> Periklanan.....	48
Tabel IV. 11 <i>Priority Vector</i> Promosi Penjualan.....	49
Tabel IV. 12 <i>Priority Vector</i> Acara dan Pengalaman.....	49
Tabel IV. 13 <i>Priority Vector</i> Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....	50
Tabel IV. 14 <i>Priority Vector</i> Pemasaran Online dan Media Sosial.....	50
Tabel IV. 15 <i>Priority Vector</i> <i>Mobile Marketing</i>	51
Tabel IV. 16 <i>Priority Vector</i> Pemasaran Langsung dan <i>Database</i>	51
Tabel IV. 17 <i>Priority Vector</i> Penjualan Personal.....	52

Tabel IV. 18 Nilai Konsistensi Kriteria Program Komunikasi Pemasaran.....	53
Tabel IV. 19 Uji Konsistensi Hasil Kuesioner Kepentingan Program Komunikasi Pemasaran.....	53
Tabel IV. 20 Uji Konsistensi Kuesioner Kepentingan Komunikasi Pemasaran Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	54
Tabel IV. 21 Penentuan Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	55
Tabel IV. 22 <i>Key Performance Indicator</i>	56
Tabel IV. 23 <i>Key Performance Indicator</i> (Lanjutan 1).....	57
Tabel IV. 24 Identifikasi Gap	58
Tabel IV. 25 Identifikasi Gap (Lanjutan 1).....	59
Tabel IV. 26 Identifikasi Gap (Lanjutan 2).....	60
Tabel IV. 27 <i>Future Performance</i>	60
Tabel IV. 28 <i>Future Performance</i> (Lanjutan 1).....	61
Tabel IV. 29 <i>Future Performance</i> (Lanjutan 2).....	61
Tabel IV. 30 Rancangan Sistem Integrasi.....	69
Tabel IV. 31 Rancangan Sistem Integrasi (Lanjutan 1).....	70
Tabel IV. 32 Rancangan Sistem Integrasi (Lanjutan 2).....	71
Tabel IV. 33 Rancangan Sistem Integrasi (Lanjutan 3).....	72
Tabel IV. 34 Rancangan Sistem Integrasi (Lanjutan 4).....	73
Tabel IV. 35 Rancangan Sistem Integrasi (Lanjutan 5).....	74
Tabel IV. 36 Verifikasi Hasil Rancangan	75
Tabel IV. 37 Verifikasi Hasil Rancangan (Lanjutan 1)	76
Tabel V. 1 Validasi Hasil Rancangan	78
Tabel V. 2 Validasi Hasil Rancangan (Lanjutan 1)	79
Tabel V. 3 Validasi Hasil Rancangan (Lanjutan 2)	80
Tabel V. 4 Validasi Hasil Rancangan (Lanjutan 3)	81
Tabel V. 5 Validasi Hasil Rancangan (Lanjutan 4)	82
Tabel V. 6 Validasi Hasil Rancangan (Lanjutan 5)	83
Tabel V. 7 Validasi Hasil Rancangan (Lanjutan 6)	84
Tabel V. 8 Evaluasi Hasil Rancangan.....	85
Tabel V. 9 Evaluasi Hasil Rancangan (Lanjutan 1).....	86
Tabel V. 10 Evaluasi Hasil Rancangan (Lanjutan 2).....	87

Tabel V. 11 Rekomendasi Pengelolaan WhatsApp <i>for Business</i>	94
Tabel V. 13 Referensi <i>Event</i>	102