

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Merek.....	7
Tabel 1.2 Waktu Dan Periode Penelitian.....	12
Tabel 2.1 <i>Literature Review</i> .....	21
Tabel 2.2 <i>Literature Review</i> .....	22
Tabel 2.3 <i>Literature Review</i> .....	23
Tabel 2.4 <i>Literature Review</i> .....	24
Tabel 2.5 <i>Literature Review</i> .....	25
Tabel 2.6 <i>Literature Review</i> .....	26
Tabel 2.7 <i>Literature Review</i> .....	27
Tabel 2.8 <i>Literature Review</i> .....	28
Tabel 2.9 <i>Literature Review</i> .....	29
Tabel 2.10 <i>Literature Review</i> .....	30
Tabel 2.11 <i>Literature Review</i> .....	31
Tabel 2.12 <i>Literature Review</i> .....	32
Tabel 2.13 <i>Literature Review</i> .....	33
Tabel 2.14 <i>Literature Review</i> .....	34
Tabel 2.15 <i>Literature Review</i> .....	35
Tabel 3.1 Unit Analisis Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Daftar Informan Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Hasil wawancara perencanaan strategi Hallway Space.....	63
Tabel 4.2 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Hallway Space.....	88
Tabel 4.3 Evaluasi Kinerja Hasil Akhir Hallway Space.....	96
Tabel 4.4 Hasil Kategorisasi Perancangan Strategi.....	102
Tabel 4.5 Hasil Kategorisasi Implementasi Strategi.....	112
Tabel 4.6 Hasil Kategorisasi Evaluasi Strategi komunikasi Pemasaran terpadu.....	118