

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
DAFTAR ISTILAH.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	3
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Batasan Penelitian .....	4
I.5 Manfaat Penelitian.....	5
I.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
II.1 <i>Positioning</i> .....	7
II.2 <i>Perceptual Mapping</i> .....	8
II.3 Metode-Metode <i>Positioning</i> .....	9
II.4 Metode Perbandingan pada <i>Positioning</i> .....	10
II.5 <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS) .....	11
II.5.1 Formulasi Masalah .....	12
II.5.2 Pengambilan Data Input.....	12
II.5.3 Pemilihan Prosedur MDS.....	13

II.5.4 Penentuan Jumlah Dimensi .....	13
II.5.5 Pelabelan Dimensi dan Interpretasi.....	14
II.5.6 Penilaian Reliabilitas dan Validitas .....	14
II.6 <i>Preliminary Study</i> .....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	16
III.1 Model Konseptual.....	16
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah .....	17
III.2.1 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	19
III.2.2 Tahap Analisis Data.....	23
III.2.3 Tahap Rekomendasi.....	23
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran .....	23
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	24
IV.1 Penggalan Atribut <i>T-Shirt</i> Distro .....	24
IV.2 Pengumpulan dan Pengolahan Kuesioner .....	24
IV.3 Pengolahan Data <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS) .....	25
IV.4 <i>Perceptual Map</i> .....	26
IV.5 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	27
BAB V ANALISIS DATA.....	28
V.1 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut dengan <i>Brand T-Shirt</i> Distro .....	28
V.1.1 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Harga .....	28
V.1.2 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kualitas Kain .....	29
V.1.3 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Variasi Desain.....	30
V.1.4 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Variasi Warna .....	31
V.1.5 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kepopuleran <i>Brand</i> .....	32
V.1.6 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut <i>Attractiveness</i> .....	33
V.1.7 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut <i>Fashionableness</i> .....	34
V.1.8 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kemudahan Pembelian.....	35
V.2 Analisis Persaingan.....	36
V.1.1 Analisis Kondisi Persaingan Wilayah A.....	38

V.1.2 Analisis Kondisi Persaingan Wilayah B .....	38
V.1.3 Analisis Kondisi Persaingan Wilayah C .....	38
V.3 Analisis Prioritas Perbaikan Atribut <i>T-Shirt</i> VRILL INDUSTRIES .....	38
V.4 Rekomendasi.....	39
V.4.1 Dasar Rekomendasi .....	39
V.4.2 Rekomendasi Perbaikan <i>T-Shirt</i> VRILL INDUSTRIES .....	39
V.4.3 Strategi <i>Positioning T-Shirt</i> VRILL INDUSTRIES .....	41
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	42
VI.1 KESIMPULAN .....	42
VI.2 SARAN.....	43
DAFTAR PUSTAKA .....	44
LAMPIRAN .....	46