

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Alternatif Solusi.....	12
I.3 Perumusan Masalah	14
I.4 Tujuan Penelitian	14
I.5 Manfaat Penelitian	15
I.6 Sistematika Penelitian	15
BAB II	18
LANDASAN TEORI.....	18
II.1 Landasan Teori.....	18
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	18
II.1.2 Positioning.....	18
II.1.3 Multidimensional scaling (MDS).....	20
II.1.4 Perceptual mapping	22

II.1.5 Sistem Manajemen Organisasi Industri.....	22
II.1.6 Analisis SWOT.....	23
II.1.7 Matriks SWOT	23
II.1.8 Pengembangan Produk	25
II.2 Pemilihan Metode Perancangan	27
BAB III.....	28
METODE PERANCANGAN	29
III.1 Sistem Perancangan	29
III.1.1 Tahap Pendahuluan.....	31
III.1.2 Tahap Pengumpulan	32
III.1.3 Tahap Pengolahan Data	35
III.1.4 Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi	37
III.1.5 Tahap Kesimpulan dan Saran	38
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	38
BAB IV.....	39
PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	39
IV.1 Deskripsi Data.....	39
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	42
IV.3 Proses Perancangan.....	42
IV.4 Hasil Perancangan.....	64
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	69
BAB V	71
VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	71
V.1 Validasi Hasil Rancangan Strategi Perbaikan <i>Positioning</i>	71
V.2 Evaluasi Rancangan Strategi Perbaikan <i>Positioning</i>	72
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	80

V.3.1 Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi	80
V.3.2 <i>Roadmap</i> Strategi <i>Positioning</i> MFD Studio	85
BAB VI.....	86
Kesimpulan dan Saran	86
VI.1 Kesimpulan	86
VI. 2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89