

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data Penjualan MFD Studio.....	5
Tabel I. 2 Perbandingan Jumlah Pengikut Instagram dan Shopee dari Bisnis Pakaian <i>Online</i>	6
Tabel I. 3 Perhitungan Jarak <i>Euclidean</i>	12
Tabel I. 4 Keterangan Skor pada setiap Kriteria.....	13
Tabel II. 1 Matriks SWOT	24
Tabel II. 2 Deskripsi Atribut Produk MFD Studio	26
Tabel II. 3 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel III. 1 Atribut Produk.....	33
Tabel III. 2 Kodefikasi Atribut <i>brand fashion</i> pakaian wanita	35
Tabel IV. 1 Deskripsi Data.....	39
Tabel IV. 2 Identifikasi Atribut <i>Brand fashion</i> Wanita terhadap Penelitian Terdahulu	40
Tabel IV. 3 <i>Voice of Customer</i>	41
Tabel IV. 4 Rekapitulasi Profil Responden.....	42
Tabel IV. 5 Rekapitulasi Profil Responden Lanjutan	43
Tabel IV. 6 Kode Atribut Kuesioner.....	44
Tabel IV. 7 Rata-Rata Hasil Kuesioner.....	44
Tabel IV. 8 Rata-Rata Hasil Kuesioner Lanjutan	45
Tabel IV. 9 Keterangan Atribut pada <i>Perceptual Mapping</i>	46
Tabel IV. 10 Koordinat Atribut di setiap <i>Brand</i> pada Sumbu X dan Y	46
Tabel IV. 11 Titik Koordinat di setiap <i>Brand</i>	47
Tabel IV. 12 Nilai <i>Stress</i> dan Nilai <i>R-Square</i>	48
Tabel IV. 13 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Variasi Model Produk	49
Tabel IV. 14 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Harga Produk	50
Tabel IV. 15 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Kualitas Bahan Produk ..	51
Tabel IV. 16 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Variasi Jenis Produk	52
Tabel IV. 17 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut <i>Trend</i> Masa Kini	53
Tabel IV. 18 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Variasi Ukuran Produk ..	54
Tabel IV. 19 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Kemasan Produk	55
Tabel IV. 20 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Promosi Brand.....	56

Tabel IV. 21 Analisis Jarak Euclidean pada Atribut Reputasi <i>Brand</i>	57
Tabel IV. 22 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut Variasi Warna Produk....	58
Tabel IV. 23 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> pada Atribut <i>Review</i> Produk	59
Tabel IV. 24 Peringkat <i>Brand</i> MFD Studio	62
Tabel IV. 25 Peringkat Atribut MFD Studio berdasarkan Jarak <i>Euclidean</i>	63
Tabel IV. 26 Perbandingan Jarak <i>Euclidean</i> pada Wilayah A antara MFD Studio dan Fimelo.....	65
Tabel IV. 27 Perbandingan Jarak Euclidean pada Wilayah B antara MFD Studio dan Deans Collection	66
Tabel IV. 28 Tabel Matriks SWOT Perbaikan Atribut pada Wilayah A (Promosi <i>Brand</i> , Harga produk, dan variasi warna produk).....	66
Tabel IV. 29 Tabel Matriks SWOT Perbaikan Atribut pada Wilayah B (<i>Trend</i> masa kini, kemasan produk, dan variasi jenis produk)	68
Tabel V. 1 Proses Validasi pada Rancangan Strategi	71
Tabel V. 2 Proses Validasi pada Rancangan Strategi Lanjutan	72
Tabel V. 3 Perbandingan Kondisi Existing dan Kondisi Ekspektasi pada Rencana Strategi Perbaikan <i>Positioning</i>	73
Tabel V. 4 Perbandingan Kondisi Existing dan Kondisi Ekspektasi pada Rencana Strategi Perbaikan <i>Positioning</i> Lanjutan.....	74
Tabel V. 5 Analisis Kelemahan dan Kelebihan pada Strategi perbaikan <i>Positioning</i> MFD Studio	75
Tabel V. 6 Analisis Kelemahan dan Kelebihan pada Strategi perbaikan <i>Positioning</i> MFD Studio Lanjutan	76
Tabel V. 7 Analisis Kelemahan dan Kelebihan pada Strategi perbaikan <i>Positioning</i> MFD Studio Lanjutan	77
Tabel V. 8 Hasil Analisis Sensitivitas pada Rancangan Strategi Perbaikan <i>Positioning</i>	78
Tabel V. 9 Hasil Analisis Sensitivitas pada Rancangan Strategi Perbaikan <i>Positioning</i> Lanjutan	79
Tabel V. 10 Hasil Analisis Sensitivitas pada Rancangan Strategi Perbaikan <i>Positioning</i> Lanjutan	80
Tabel V. 11 Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi.....	81

Tabel V. 12 Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi Lanjutan	82
Tabel V. 13 Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi Lanjutan	83
Tabel V. 14 Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi Lanjutan	84
Tabel V. 15 Roadmap Strategi <i>Positioning</i> MFD Studio	85