

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISTILAH	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	9
I.3 Rumusan Masalah.....	11
I.4 Tujuan Tugas Akhir	11
I.5 Manfaat Tugas Akhir	12
I.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
II.1 Literatur / teori / konsep umum / model / kerangka standar.....	14
II.1.1 Manajemen Strategi.....	14
II.1.2 Konsep Manajemen Strategi.....	15
II.1.3 Tahap- tahap Manajemen Strategi.....	15
II.1.4 Strategi Pemasaran	15
II.1.5 STP (Segmenting, Targeting, <i>Positioning</i>)	16
II.1.6 Penentuan Sampel dan Teknik Sampling	16
II.1.7 <i>Multidimensional scaling</i> (MDS).....	17
II.1.8 Kuesioner.....	19
II.1.9 Euclidean	19
II.2 Pemilihan Teori/ model/ kerangka standar perancangan.....	20
II.3 Atribut Produk	21
II.3.1 Identifikasi Atribut <i>Barbershop</i>	22
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	23
III.1 Sistematika Perancangan.....	23
III.1.1 Mekanisme Pengumpulan Data	25
III.1.2 Tahap Perancangan	25
III.1.2.1 Identifikasi <i>Brand Barbershop</i>	25
III.1.2.2 Identifikasi Atribut <i>Barbershop</i>	26
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	30
III.2.1 Batasan Tugas Akhir	30
III.2.2 Asumsi Tugas Akhir	30
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	31
IV.1 Deskripsi Data.....	31
IV.1.2 Profil Perusahaan	32
IV.1.3 Identifikasi Atribut Penelitian.....	32
IV.1.4 Identifikasi Atribut Berdasarkan Hasil Wawancara	33
IV.1.5 Perancangan Kuesioner.....	34

IV.1.6 Uji Validitas	35
IV.1.7 Penyebaran Kuesioner	35
IV.1.8 Pengumpulan Data Kuesioner.....	35
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	36
IV.3 Proses Perancangan.....	37
IV.3.1 Proses Perancangan Menggunakan <i>Multidimensional scaling</i> (MDS)..	37
IV.3.2 Hasil <i>Perceptual mapping</i>	38
IV.3.3 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut <i>Barbershop</i>	40
IV.3.4 Analisis <i>Perceptual mapping Barbershop</i>	46
IV.3.5 Analisis Kondisi Persaingan	47
IV.3.6 Analisis Atribut Prioritas Perbaikan AD_Barber.....	48
IV.4 Hasil Rancangan Perbaikan	49
IV.4.1 Dasar Desain Perbaikan	49
IV.4.2 Rancangan Perbaikan AD_Barber	49
IV.4.3 Verifikasi Hasil Rancangan	52
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN	54
V.1 Validasi Hasil Perubahan Sistem Perancangan <i>Positioning</i>	54
V.2 Evaluasi Hasil Perubahan Sistem Perancangan <i>Positioning</i>	55
V.3 Analisis dan Impelentasi Rencana Hasil Perancangan.....	58
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
VI.1 Kesimpulan	59
VI.2 Saran	59
VI.2.1 Saran untuk penelitian selanjutnya	59
VI.2.2 Saran Bagi AD_Barber	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62