

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan Jumlah Pengikut Instagram .....	3
Tabel I. 2 Komunikasi Pemasaran pada MDM Boutique .....	4
Tabel I. 3 Perbandingan Produk Hijab MDM Boutique dengan Kompetitor .....	5
Tabel II. 1 Atribut fashion Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel II. 2 Atribut Produk Terpilih Berdasarkan Literatur Studi.....	12
Tabel II. 3 Rekapitulasi Kajian Penelitian Terdahulu Terkait Metode .....	13
Tabel II. 4 Perbandingan Metode.....	14
Tabel III. 1 Mekanisme Pengumpulan Data .....	19
Tabel III. 2 Skor Penilaian Kuesioner.....	20
Tabel III. 3 Komponen Sistem Terintegrasi.....	25
Tabel IV. 1 Atribut Terpilih.....	26
Tabel IV. 2 Atribut dan Level Atribut Hijab MDM <i>Boutique</i> .....	27
Tabel IV. 3 <i>Plan card</i> .....	29
Tabel IV. 4 Perbaikan <i>Pre-test</i> .....	30
Tabel V. 1 Persentase Frekuensi Pembelian Produk Hijab MDM Boutique .....	34
Tabel V. 2 Profil Responden.....	35
Tabel V. 3 Nilai Korelasi dan Signifikasi .....	43
Tabel V. 4 Interval Koefisiensi Korelasi <i>Pearson's R</i> .....	44
Tabel V. 5 Perbandingan Atribut dan Level Atribut.....	44
Tabel V. 6 Rekomendasi Atribut Hijab MDM Boutique.....	46
Tabel V. 7 Perancangan Sistem Terintegrasi .....	48
Tabel V. 8 Verifikasi Hasil Rancangan.....	49
Tabel V. 9 Validasi Hasil Rancangan .....	50