

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Tugas Akhir.....	7
I.4 Manfaat Tugas Akhir.....	7
I.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
II.1 Literatur Terkait	9
II.1.1 Kajian Perbaikan Produk pada Brand Fashion	9
II.1.2 Atribut Produk	10
II.1.3 Penelitian Terdahulu.....	12
II.2 Pemilihan Teori/ Model/ Kerangka Standar Perancangan.....	14
II.2.1 Perbandingan dan Pemilihan Metode	14
II.2.2 Teori Penyelesaian Masalah	17
II.2.2.1 <i>Conjoint analysis</i>	17
II.2.2.2 Preferensi Konsumen	18
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	20
III.1 Sistematika Perancangan	20

III.1.1 Tahap Pengumpulan Data	20
III.1.2 Tahap Perancangan	21
III.1.2.1 Tahap Pendahuluan	23
III.1.2.2 Tahap Pengumpulan Data	23
III.1.2.2.1 Identifikasi Atribut dan Level Atribut	23
III.1.2.2.2 Perancangan <i>Stimuli</i>	23
III.1.2.2.3 Perancangan Kuesioner.....	24
III.1.2.2.4 Penyebaran Kuesioner	24
III.1.2.2.5 Pengumpulan Data Kuesioner.....	25
III.1.2.3 Tahap Pengolahan Data.....	25
III.1.2.3.1 Pengolahan Data Kuesioner	25
III.1.2.3.2 Uji Validitas.....	25
III.1.2.4 Tahap Analisis Hasil Rancangan.....	26
III.1.2.4.1. Analisis Perancangan Atribut	26
III.1.2.5 Tahap Verifikasi	26
III.1.2.6 Tahap Validasi Hasil Rancangan	26
III.1.2.7 Tahap Rekomendasi	26
III.1.2.8 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	26
III.2 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	27
III.3 Batasan dan Asumsi.....	27
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	28
IV.1 Identifikasi Atribut dan Level Atribut.....	28
IV.2 Perancangan <i>Stimuli</i>	29
IV.3 Perancangan Kuesioner	30
IV.4 Penyebaran Kuesioner	31
IV.5 Pengolahan Data Kuesioner.....	31
BAB V ANALISIS	34

V.1 Analisis Karakteristik Responden.....	34
V.1.1 Berdasarkan Identitas Responden	34
V.2 Analisis Data Conjoint.....	35
V.2.1 Analisis Tingkat Kepentingan Atribut	35
V.2.2 Analisis <i>Utility Score</i> Level Atribut.....	36
V.2.2.1 Analisis <i>Utility Score</i> Level Atribut Bahan	36
V.2.2.2 Analisis <i>Utility Score</i> Level Atribut Kualitas Jahitan..	37
V.2.2.3 Analisis <i>Utility Score</i> Level Atribut Warna.....	38
V.2.2.4 Analisis <i>Utility Score</i> Level Atribut Harga.....	39
V.2.2.5 Analisis <i>Utility Score</i> Level Atribut Model	40
V.2.3 Analisis Nilai Korelasi dan Signifikansi	40
V.3 Perbandingan Atribut dan Level Atribut Annamiyya dengan	41
Preferensi Konsumen	41
V.4 Perancangan Rekomendasi Perbaikan Atribut Produk Hijab	42
Annamiyya	42
V.5 Perancangan Sistem Terintegrasi.....	43
V.6 Verifikasi Hasil Rancangan	44
V.7 Validasi Hasil Rancangan	46
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	48
VI.1 Kesimpulan.....	48
VI.2 Saran	48
VI.2.1 Saran untuk Pihak Annamiyya.....	48
VI.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	49
DAFTAR PUSTAKA	50