

DAFTAR TABEL

Tabel I-1. Data Kementrian Koperasi dan UMKM di Indonesia (2020–2023)	1
Tabel I-2. Brand Coffee Shop Mahajana Coffee	2
Tabel I-3. Perbandingan <i>Brand Coffee Shop</i>	3
Tabel I-4. Perbandingan Tagline dan Pendekatan Positioning Mahajana Coffee dengan kompetitor	4
Tabel I-5. Perbandingan Jumlah Variasi Menu Mahajana Coffee dengan kompetitornya	5
Tabel II-1. Atribut Jurnal Penelitian Terdahulu	12
Tabel II-2. Pemilihan Metode	13
Tabel III-1. Data Yang Dibutuhkan	21
Tabel III-2. Tingkat Penilaian Skala Likert	23
Tabel IV-1. Pengumpulan Data	26
Tabel IV-2. Identifikasi Brand Coffee Shop	27
Tabel IV-3. Identifikasi Atribut	27
Tabel IV-4. Tingkat Penilaian Skala Likert	28
Tabel IV-5. Tingkat Penilaian Skala Likert	28
Tabel IV-6. Pengkodean Atribut	29
Tabel IV-7. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner	30
Tabel IV-8. Nilai Rata-Rata Atribut Per <i>Brand</i>	31
Tabel IV-9. Jenis Atribut dan Setiap Sumbu	31
Tabel IV-10. Uji <i>Goodness of Fit</i>	32
Tabel IV-11. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kualitas Produk	34
Tabel IV-12. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kualitas Pelayanan	35
Tabel IV-13. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Harga	35
Tabel IV-14. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Fasilitas	36
Tabel IV-15. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Suasana	36
Tabel IV-16. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Keragaman Menu	37
Tabel IV-17. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Lokasi	37
Tabel IV-18. Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Estetika	38
Tabel IV-19. Kondisi Persaingan Pada Wilayah A	39
Tabel IV-20. Kondisi Persaingan Pada Wilayah B	40

Tabel IV- 21. Kondisi Persaingan Pada Wilayah C.....	40
Tabel IV-22. Pesaing Terdekat	41
Tabel IV-23. Matriks SWOT pada Wilayah A	42
Tabel IV-24. Matriks TOWS Wilayah A	43
Tabel IV- 25. Matriks SWOT Wilayah B	45
Tabel IV-26. Matriks TOWS Wilayah B	47
Tabel IV-27. Verifikasi Hasil Rancangan Wilayah A	50
Tabel IV-28. Verifikasi Hasil Rancangan Wilayah B	51
Tabel V-1. Validasi Perancangan	53
Tabel V-2. Analisis Kelebihan dan Kekurangan	54
Tabel V-3. Analisis Implementasi	58