

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Masalah	9
I.4 Manfaat Tugas Akhir	9
I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	10
I.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1 Literatur Terkait	12
II.1.1 Positioning	12
II.1.2 Atribut Produk	13
II.1.3 Literatur Terkait Metode Penyelesaian Masalah	16
II.2 Pemilihan Metode / Kerangka Kerja	17
II.2.1 Alasan Pemilihan Metode / Kerangka Kerja	17
II.2.2 Pemilihan Metode	19
BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH	
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah	21
III.2 Tahap Pendahuluan	22
III.3 Tahap Pengumpulan Data	23
III.3.1 Mekanisme Pengumpulan Data	23

III.3.2	Identifikasi Brand <i>Fashion</i>	23
III.3.3	Identifikasi Atribut <i>Fashion</i>	24
III.4	Tahap Perancangan.....	24
III.4.1	Perancangan Kuisisioner.....	25
III.4.2	<i>Pre-Test</i>	25
III.4.3	Penyebaran Kuisisioner	25
III.4.4	Pengolahan Data Kuesioner	26
III.5	Tahap Analisis	26
III.5.1	Pengolahan Data dengan MDS	26
III.5.2	Analisis <i>Perceptual Mapping</i>	27
III.5.3	Analisis <i>Perceptual Mapping</i> dengan Analisis SWOT	27
III.5.4	Mekanisme Verifikasi.....	27
III.5.5	Mekanisme Validasi	28
III.6	Kesimpulan dan Saran.....	28
BAB IV PENYELESAIAN PERMASALAHAN		
IV.1	Pengumpulan Data	29
IV.1.1	Identifikasi Brand <i>Fashion</i> Muslim	29
IV.1.2	Identifikasi Atribut Berdasarkan Penelitian Terdahulu	30
IV.1.3	Identifikasi Atribur Berdasarkan Wawancara	30
IV.1.4	Perancangan Kuesioner.....	31
IV.1.5	<i>Pre-Test</i>	32
IV.1.6	Penyebaran Kuesioner.....	32
IV.1.7	Pengumpulan Data Kuesioner.....	32
IV.1.8	Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	33
IV.2	Pengolahan Data.....	34
IV.3	Proses Perancangan.....	34
IV.4	Proses Perancangan Menggunakan Metode <i>Multidimensional Scalling</i> ...	34
IV.4.1	Karakteristik Responden	35
IV.4.2	Hasil <i>Perceptual Mapping</i>	37
IV.4.3	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Brand <i>Fashion</i> Muslim	39
IV.4.4	Analisis Kondisi Persaingan	43
IV.4.5	Analisis Kompetitor Terdekat	46

IV.4.6 Verifikasi Hasil.....	47
IV.4.7 Analisis Prioritas Perbaikan Atribur Brand <i>Fashion</i> Muslim	48
IV.4.8 Perancangan Matriks SWOT.....	48
IV.4.9 Verifikasi Hasil Rancangan	53
BAB V VALIDASI, ANALISIS HASIL, DAN IMPLIKASI	
V.1 Validasi Hasil Rancangan	56
V.1.1 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B.....	56
V.1.2 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C.....	57
V.2 Analisis Penyelesaian Masalah	57
VI.2.1 Analisis Hasil Penelitian Pada Wilayah B	57
VI.2.2 Analisis Hasil Penelitian Pada Wilayah C	59
V.3 Analisis Implementasi Hasil Rancangan	59
V.3.1 Analisis Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B.....	60
V.3.2 Analisis Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C.....	61
V.4 Implikasi Tugas Akhir.....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
VI.1 Kesimpulan	64
VI.2 Saran	66
VI.2.1 Saran untuk Brand Dailyqueen	66
VI.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN A Screening Kompetitor	73
LAMPIRAN B Rekapitulasi Penggalan Atribut	75
LAMPIRAN C Desain Kuesioner.....	79
LAMPIRAN D Pengolahan Data <i>Multidimensional Scaling</i>	89
LAMPIRAN E Perhitungan Jarak <i>Euclidean</i>	93
LAMPIRAN F Rekapitulasi Hasil <i>Pre-Test</i>	96