

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 <i>Brand</i> Kompetitor	5
Tabel I.2 Data Perbandingan Jumlah Pengikut Shopee	5
Tabel I.3 Perbandingan <i>Tagline Brand Fashion</i>	6
Tabel I.4 Data Perbandingan <i>Visibility</i> Dailyqueen dengan Kompetitor	7
Tabel I.5 Perbandingan Produk Dailyqueen dengan Kompetitor.....	7
Tabel II.1 Literatur Terdahulu	14
Tabel II.1 Literatur Terdahulu (Lanjutan).....	15
Tabel II.2 Atribut terpilih	16
Tabel II.3 Literatur Terkait Metode Penyelesaian Masalah	17
Tabel II.4 Perbanding Metode.....	18
Tabel II.5 Matriks SWOT	20
Tabel III.1 Mekanisme Pengumpulan Data.....	23
Tabel III.2 Tingkat Penilaian <i>Likert Scale</i> dari Kuesioner	25
Tabel III.3 Indikator Nilai S – <i>Stress</i>	27
Tabel IV.1 Identifikasi <i>Brand Fashion</i> Muslim	29
Tabel IV.2 Identifikasi Atribur Berdasarkan Penelitian Terdahulu	30
Tabel IV.3 Identifikasi Atribut Berdasarkan Wawancara	31
Tabel IV.4 Skala Perancangan Kuesioner	32
Tabel IV.5 Pengkodean Atribut	33
Tabel IV.6 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	33
Tabel IV.7 Rata-Rata Atribut.....	34
Tabel IV.8 Pelabelan Dimensi	35
Tabel IV. 9 Hasil <i>R-square</i> dan <i>S-stress</i>	35
Tabel IV.10 Karakteristik Responden.....	36
Tabel IV.11 Pengeluaran untuk membeli produk <i>fashion</i> muslim	36
Tabel IV.12 Harga yang biasanya dibayarkan untuk produk <i>fashion</i> muslim.....	37
Tabel IV.13 Koordinat <i>Brand Fashion</i> Muslim pada <i>Perceptual Map</i>	38
Tabel IV.14 Koordinat Atribut <i>Brand Fashion</i> Muslim pada <i>Perceptual Map</i>	38
Tabel IV.15 Jarak <i>Euclidean</i> Atribur Kualitas Bahan	39
Tabel IV.16 Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Harga Produk.....	39

Tabel IV.17 Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Variasi Model Produk	40
Tabel IV.18 Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Reputasi <i>Brand</i>	40
Tabel IV.19 Jarak <i>Euclidean</i> Variasi Ukuran Produk	41
Tabel IV.20 Jarak <i>Euclidean</i> Model Kekinian	42
Tabel IV.21 Jarak <i>Euclidean</i> Promo yang Menarik.....	42
Tabel IV.22 Jarak <i>Euclidean</i> Kemudahan dalam Pembelian.....	43
Tabel IV.23 Jarak <i>Euclidean</i> terhadap Atribur Pada Wilayah A	44
Tabel IV.24 Jarak <i>Euclidean</i> terhadap Atribur Pada Wilayah B	45
Tabel IV.25 Jarak <i>Euclidean</i> terhadap Atribur Pada Wilayah C	46
Tabel IV.26 Jarak <i>Euclidean</i> Kompetitor <i>Brand Fashion</i> Muslim.....	47
Tabel IV.27 Verifikasi Hasil Pengolahan Data	47
Tabel IV.28 Matriks SWOT Wilayah B dengan Atribut Kualitas Bahan, Variasi Model Produk, Variasi Ukuran Produk, dan Kemudahan dalam Pembelian	49
Tabel IV.28 Matriks SWOT Wilayah B dengan Atribut Kualitas Bahan, Variasi Model Produk, Variasi Ukuran Produk, dan Kemudahan dalam Pembelian (Lanjutan).....	50
Tabel IV.28 Matriks SWOT Wilayah B dengan Atribut Kualitas Bahan, Variasi Model Produk, Variasi Ukuran Produk, dan Kemudahan dalam Pembelian (Lanjutan).....	51
Tabel IV.29 Matriks SWOT Wilayah C dengan Atribut Harga Produk	51
Tabel IV.29 Matriks SWOT Wilayah C dengan Atribut Harga Produk (Lanjutan)	52
Tabel IV.29 Matriks SWOT Wilayah C dengan Atribut Harga Produk (Lanjutan)	53
Tabel IV.30 Verifikasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B.....	54
Tabel IV.31 Verifikasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C.....	55
Tabel V.1 Validasi Hasil Rancangan Perbaikan Terhadap Wilayah B.....	56
Tabel V.2 Validasi Hasil Rancangan Perbaikan Terhadap Wilayah C.....	57
Tabel V.3 Kelebihan dan Kekurangan Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B.....	57
Tabel V.3 Kelebihan dan Kekurangan Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B (Lanjutan).....	58
Tabel V.4 Kelebihan dan Kekurangan Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C.....	59

Tabel V.5 Analisis Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B	60
Tabel V.5 Analisis Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B (Lanjutan)	61
Tabel V.6 Analisis Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C	61
Tabel V.6 Analisis Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C (Lanjutan)	62