

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif solusi.....	6
I.3 Perumusan Masalah	8
I.4 Tujuan Tugas Akhir	8
I.5 Manfaat Tugas Akhir	8
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
II. 1 Pemodelan Sistem.....	11
II.2 Manajemen Pemasaran	11
II.3 <i>Positioning</i>	11
II.4 <i>Perceptual Mapping</i>	12
II.5 Metode Pembandingan pada <i>Positioning</i>	13
II.6 <i>Multidimensional Scaling</i>	14
II.7 Sistem Manajemen Organisasi Industri	14
II.8 Analisis SWOT	15
II.9 Atribut Produk	16
II.9.1 Identifikasi Atribut Produk	17
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	21

III.1 Sistematika Perancangan.....	21
III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data.....	21
III.1.2 Tahapan Perancangan	21
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas akhir	30
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI.....	31
IV.1 Deskripsi Data.....	31
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	31
IV.3 Proses Perancangan.....	33
IV.3.1 Pengolahan Data Kuesioner	33
IV.3.2 Pengolahan Data Menggunakan Metode MDS	33
IV.3.3 <i>Perceptual Mapping</i>	34
IV.3.4 Analisa Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Terhadap Merek <i>T-shirt</i>	36
IV.3.5 Analisis Terhadap Kondisi Persaingan Merek <i>T-shirt</i>	42
IV.4 Hasil Perancangan Sistem Terintegrasi.....	46
IV.4.1 Dasar Rancangan Perbaikan	46
IV.4.2 Analisis Rancangan Perbaikan Nakhoda Nusantara	46
IV.4.3 Perancangan Sistem Terintegrasi	51
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan Perbaikan	54
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN.....	56
V.I Validasi Hasil Rancangan	56
V.II Evaluasi Hasil Rancangan	57
V.III Analisis Dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	59
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	61
VI.1 Kesimpulan	61
VI.2 Saran.....	62
VI.2.1 Saran Untuk Nakhoda Nusantara	62
VI.2.2 Saran Untuk Tugas Akhir Selanjutnya	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66