

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<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	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	10
I.3 Tujuan Tugas Akhir	10
I.4 Manfaat Tugas Akhir.....	10
I.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
II.1 Literatur Terkait.....	12
II.1.1 Strategi <i>Positioning</i>	12
II.1.2 Atribut Produk <i>Brand Fashion</i> Muslimah	12
II.1.3 Literatur Terkait Strategi <i>Positioning</i>	13
II.2 Alasan Pemilihan Metode dan Teori Penyelesaian Masalah	16
II.2.1 <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	19
II.2.2 <i>Perceptual Mapping</i>	20
II.2.3 Analisis SWOT	21
II.2.4 Matriks SWOT.....	21
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	23
III.1 Sistematika Perancangan	23
III.1.1 Mekanisme Pengumpulan Data	23

III.1.2 Tahap Perancangan	28
III.1.3 Mekanisme Verifikasi	30
III.1.4 Mekanisme Validasi	31
III.2 Identifikasi Sistem Terintegrasi	31
III.3 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	32
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	33
IV.1 Pengumpulan Data	33
IV.1.1 Identifikasi <i>Brand Fashion</i> Muslimah	33
IV.1.2 Identifikasi Atribut Melalui Wawancara	34
IV.1.3 Perancangan Kuesioner	36
IV.1.4 <i>Pre-Test</i>	37
IV.1.5 Penyebaran Kuesioner	37
IV.1.6 Pengumpulan Data Kuesioner	37
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan	38
IV.3 Proses Perancangan	40
IV.3.1 Proses Perancangan Menggunakan <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS)	40
IV.3.2 Hasil <i>Perceptual mapping</i>	42
IV.3.3 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut <i>Brand Fashion</i> Muslimah	44
IV.3.4 Analisis Kondisi Persaingan	52
IV.4 Hasil Perancangan Perbaikan	56
IV.4.1 <i>Positioning Brand</i> MDM Boutique	57
IV.4.2 Perancangan Matriks SWOT	59
IV. 5 Verifikasi Hasil Rancangan	66
BAB V ANALISIS	70
V.1 Validasi Hasil Rancangan	70
V.1.1 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah Persaingan A	70
V.1.2 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah Persaingan C	71
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan	72
V.2.1 Evaluasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah Persaingan A	72
V.2.2 Evaluasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah Persaingan C	77
V.3 Analisis Rencana Implementasi Hasil Rancangan	81

V.3.1 Analisis Rencana Implementasi Hasil Rancangan pada Wilayah Persaingan A.....	81
V.3.2 Analisis Rencana Implementasi Hasil Rancangan pada Wilayah Persaingan C.....	83
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	85
VI.1 Kesimpulan	85
VI.2 Saran dan Rekomendasi	86
VI.2.1 Saran dan Rekomendasi untuk MDM Boutique.....	86
VI.2.2 Saran dan Rekomendasi untuk Tugas Akhir Selanjutnya	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN A <i>SCREENING</i> KOMPETITOR.....	92
LAMPIRAN B REKAPITULASI PENGGALIAN ATRIBUT	103
LAMPIRAN C REKAPITULASI HASIL <i>PRE-TEST</i>	106
LAMPIRAN D KUESIONER	111