

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR ISTILAH	xi
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	9
I.3. Tujuan Tugas Akhir	9
I.4. Manfaat Tugas Akhir	10
I.5. Batasan dan Asumsi.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
II.1. Literatur Terkait.....	12
II.1.1. Strategi Positioning	12
II.1.2. Strategi Positioning Pada Footwear Industry	14
II.1.3. Pemilihan Atribut <i>Positioning</i> Pada <i>Footwear Industry</i>	15
II.2. Alasan Pemilihan Metode dan Teori Penyelesaian Masalah.....	19
II.2.1. Metode Perancangan Strategi Positioning.....	19
II.2.2. Perbandingan Metode Perbaikan.....	22
II.2.3. MULTIDIMENSIONAL SCALING	25

II.2.4. <i>Perceptual Mapping</i>	27
II.2.5. <i>SWOT ANALYSIS</i>	28
BAB III METODE PENYELESIAN MASALAH	30
III.1. Sistematika Penyelesaian Masalah.....	30
III.1.1. Mekanisme Pengumpulan Data	32
III.1.2. Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	33
III.1.3. Mekanisme Verifikasi	39
III.1.4. Mekanisme Validasi.....	40
III.2. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	40
BAB IV BAB IV PENYELESAIAN PERMASALAHAN	41
IV.1. Pengumpulan Data	41
IV.1.1. Identifikasi <i>Brand Footwear</i> Indonesia	41
IV.1.2. Identifikasi Atribut <i>Brand Footwear</i> Lokal Berdasarkan Wawancara	42
IV.1.3. Perancangan Kuesioner.....	44
IV.1.4. <i>Pre-test</i>	44
IV.1.5. Penyebaran Kuesioner	44
IV.1.6. Pengumpulan Data Kuesioner.....	45
IV.2. Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	45
IV.3. Pengolahan Data	46
IV.3.1. Pengolahan Data Kuesioner	46
IV.3.2. Hasil <i>Perceptual Mapping</i>	49
IV.3.3. Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Terhadap Merek <i>Footwear</i>	51
IV.3.4. Analisis Kondisi Persaingan	59
IV.4. Verifikasi Hasil MDS	62
IV.5. Hasil Rancangan Perbaikan	63
IV.5.1. <i>Positioing Brand Adorable Project</i>	63

IV.5.2. Perancangan Matriks SWOT	63
IV.6. Verifikasi Strategi <i>Positioning</i> Wilayah A	70
BAB V VALIDASI, ANALISIS , DAN IMPLIKASI.....	73
V.1. Validasi Hasil Rancangan	73
V.1.1. Validasi Terhadap Hasil Rncangan Wilayah Persaingan A	73
V.2. Analisis Penyelesaian Masalah	75
V.3. Analisis Implementasi	81
V.3.1. Analisis Implementasi Hasil Rancangan pada Wilayah Persaingan A	81
V.4. Implikasi Tugas Akhir.....	85
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	87
VI.1. Kesimpulan	87
VI.2. Saran	88
VI.2.1. Saran untuk Adorable Project	88
VI.2.2. Saran untuk Tugas Akhir Selanjutnya	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN A – Rekapitulasi Penggalian Atribut.....	97
LAMPIRAN B – Rekapitulasi Hasil <i>Pre-Test</i>	102
LAMPIRAN C – Desain Kuesioner.....	103
LAMPIRAN D – Pengolahan Data dengan MDS.....	115
LAMPIRAN E – Perhitungan Jarak <i>Euclidean</i>	117