

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Penjualan Produk Busana Muslim Mugaya	3
Tabel I. 2 Kompetitor Busana Muslimah di Indonesia	5
Tabel II. 1 Perbandingan Metode Segmentasi.....	21
Tabel II. 2 Identifikasi Variabel Penelitian.....	24
Tabel II. 3 Penjelasan Penggunaan AIO.....	25
Tabel III. 1 Mekanisme Pengumpulan Data.....	26
Tabel III. 2 Operasionalisasi Dimensi dan Pernyataan Survei	31
Tabel III. 3 Skala Likert Tujuh Poin.....	32
Tabel III. 4 Revisi Pernyataan Berdasarkan Hasil Pretest Wawancara	34
Tabel III. 5 Hasil Uji Validitas Konstruk Pretest.....	36
Tabel III. 6 Uji Reabilitas Pretest	37
Tabel IV. 1 Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	51
Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Konstruk.....	53
Tabel IV. 3 Hasil Uji Reabilitas.....	54
Tabel IV. 4 Hasil Uji Outlier	54
Tabel IV. 5 Hasil Uji Normalitas Data	56
Tabel IV. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel IV. 7 Hasil Uji KMO	57
Tabel IV. 8 Jumlah Responden Pada Setiap Cluster.....	60
Tabel IV. 9 Jumlah Responden Pada Setiap Cluster (Lanjutan).....	61
Tabel IV. 10 Hasil Uji One Way ANOVA	62
Tabel IV. 11 Hasil Uji Tukey Cluster 1	63
Tabel IV. 12 Hasil Uji Tukey Cluster 2	63
Tabel IV. 13 Hasil Uji Tukey Cluster 3	64
Tabel IV. 14 Hasil Uji Chi-Square untuk Tabulasi Silang.....	65
Tabel IV. 15 Hasil Uji Chi-Square untuk Tabulasi Silang (Lanjutan).....	66
Tabel IV. 16 Hasil Tabulasi Silang Usia.....	67
Tabel IV. 17 Hasil Tabulasi Silang Pekerjaan	67
Tabel IV. 18 Hasil Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir.....	68
Tabel IV. 19 Hasil Tabulasi Silang Rata-Rata Harga Pembelian.....	70

Tabel IV. 20 Rata-Rata Harga Pengeluaran.....	71
Tabel IV. 21 Hasil Tabulasi Silang Frekuensi Pembelian	72
Tabel IV. 22 Hasil Tabulasi Silang Faktor Pembelian.....	73
Tabel IV. 23 Hasil Tabulasi Siang Waktu Terakhir Pembelian.....	73
Tabel IV. 24 Hasil Rancangan Segmentasi Mugaya	75
Tabel IV. 25 Verifikasi Hasil Rancangan	78
Tabel V. 1 Kriteria Rekomendasi Pemilihan <i>Cluster</i>	84
Tabel V. 3 Analisis Hasil Rancangan <i>Cluster</i> 1	89
Tabel V. 4 Validasi Hasil Rancangan Cluster 1	90