

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
DAFTAR GAMBAR	IV
DAFTAR TABEL	V
DAFTAR LAMPIRAN	VII
DAFTAR SIMBOL	VIII
DAFTAR ISTILAH	IX
BAB 1 PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Batasan Penelitian	8
I.5 Manfaat Penelitian	9
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 <i>Positioning</i>	11
II.2 Alasan Pemilihan Metode	12
II.3 <i>Multidimensional Scaling</i> (MDS)	13
II.4 <i>Perceptual Mapping</i>	16
II.5 Analisis SWOT	16
II.5.1 Matriks SWOT	17
II.5.2 Kuadran SWOT	17
II.6 Penelitian Terdahulu (Tugas Akhir)	19
BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH	21
III.1 Kerangka Pemecahan Masalah / Pengembangan Model Konseptual	21
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	22

III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	24
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	24
III.2.3 Tahap Analisis dan Rekomendasi.....	29
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	30
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	31
IV.1 Pengumpulan Data	31
IV.1.1 Identifikasi <i>Brand Clothing</i>	31
IV.1.2 Identifikasi Atribut <i>Brand Clothing</i>	32
IV.1.3 Perancangan Kuesioner	35
IV.1.4 Uji Validitas.....	35
IV.1.5 Uji Reliabilitas.....	35
IV.1.6 Penyebaran Kuesioner	36
IV.1.7 Pengumpulan Data Kuesioner	36
IV.2 Pengolahan Data.....	38
IV.2.1 Pengolahan Data Menggunakan Metode MDS	38
IV.2.2 Analisis Hasil Perceptual Mapping dengan SWOT Analysis	40
IV.3 Perancangan Sistem Integrasi	44
BAB V ANALISIS DATA DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN.....	49
V.1 Analisa dan Validasi Implementasi Hasil.....	49
V.1.2 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut <i>Brand Clothing</i> Lokal	49
V.1.2 Analisis Kondisi Persaingan	58
V.1.3 Analisis Dan Validasi	59
V.2 Analisa Batasan	62
V.3 Analisa Sensitivitas	63
V.4 Positioning Brand Clothing Winterxsvmmer	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	69
VI.1 Kesimpulan	69
VI.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71