

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan Jumlah Pengikut Shopee dan Rate Shop	19
Tabel I. 2 Bauran Komunikasi Pemasaran Havanyawears	22
Tabel I. 3 Alternatif Solusi.....	23
Tabel I. 4 Keterangan Skor Penilaian	24
Tabel I. 5 Penilaian Skor Kriteria Untuk Setiap Potensi Solusi.....	25
Tabel II. 1 Identifikasi Atribut Berdasarkan Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel II. 2 Identifikasi Atribut Berdasarkan Wawancara	36
Tabel II. 3 Matriks SWOT	38
Tabel II. 4 Perbandingan Metode.....	40
Tabel III. 1 Teknik Pengumpulan Data.....	44
Tabel III. 2 Tingkat Penilaian Skala <i>Likert</i>	46
Tabel III. 3 Nilai <i>S-Stress</i>	48
Tabel IV. 1 Identifikasi <i>Brand Fashion</i> Hijab	51
Tabel IV. 2 Atribut <i>Fashion</i> Hijab.....	52
Tabel IV. 3 Pengkodean Data Atribut.....	53
Tabel IV. 4 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan MDS	54
Tabel IV. 5 Nilai Rata-rata Atribut Fashion Hijab.....	55
Tabel IV. 6 Pelabelan Dimensi dan Penafsiran Konfigurasi.....	55
Tabel IV. 7 Evaluasi Reliabilitas dan Validitas	56
Tabel IV. 8 Koordinat Setiap Brand Fashion Hijab.....	57
Tabel IV. 9 Koordinat Setiap Atribut Fashion Hijab	58
Tabel IV. 10 Jarak Euclidean Atribut Harga Produk	59
Tabel IV. 11 Jarak Euclidean Atribut Variasi Model Produk.....	59
Tabel IV. 12 Jarak Euclidean Atribut Variasi Warna Produk.....	60
Tabel IV. 13 Jarak Euclidean Atribut Variasi Jenis Produk	61
Tabel IV. 14 Jarak Euclidean Atribut Variasi Ukuran Produk	61
Tabel IV. 15 Jarak Euclidean Atribut Kualitas Bahan Produk	62
Tabel IV. 16 Jarak Euclidean Atribut Reputasi <i>Brand</i>	63
Tabel IV. 17 Jarak Euclidean Atribut Variasi Saluran Pembelian Produk	63
Tabel IV. 18 Jarak Euclidean Atribut Promosi Produk.....	64

Tabel IV. 19 Jarak Euclidean Atribut Produk Mengikuti Tren Masa Kini	65
Tabel IV. 20 Jarak Euclidean Atribut Variasi Bahan Produk	66
Tabel IV. 21 Jarak Euclidean Atribut Pelayanan yang Baik.....	66
Tabel IV. 22 Peringkat Pesaing Terdekat	69
Tabel IV. 23 Perhitungan Selisih Atribut Pada Havanyawears dan Hijab Chic .	70
Tabel IV. 24 Perhitungan Selisih Atribut Pada Havanyawears dan Mayoutfit...	71
Tabel IV. 25 Perhitungan Selisih Atribut Pada Havanyawears dan Gonegani ...	72
Tabel IV. 26 Matriks SWOT Havanyawears Terhadap Wilayah A.....	74
Tabel IV. 27 Matriks SWOT Havanyawears Terhadap Wilayah B.....	76
Tabel IV. 28 Matriks SWOT Havanyawears Terhadap Wilayah C.....	78
Tabel V. 1 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah A.....	81
Tabel V. 2 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B	82
Tabel V. 3 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C	82
Tabel V. 4 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Implementasi.....	84
Tabel V. 5 Kelebihan dan Kelemahan Hasil Rancangan Terhadap Wilayah A..	84
Tabel V. 6 Analisis Sensitivitas Pada Rancangan Perbaikan Atribut Pelayanan Yang Baik dan Variasi Saluran Pembelian Produk.....	86
Tabel V. 7 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B	88
Tabel V. 8 Kelebihan dan Kelemahan Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B..	88
Tabel V. 9 Analisis Sensitivitas Rancangan Perbaikan Atribut Variasi Warna dan Variasi Bahan Produk	90
Tabel V. 10 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C	91
Tabel V. 11 Kelebihan dan Kelemahan Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C	91
Tabel V. 12 Analisis Sensitivitas Rancangan Perbaikan Atribut Harga Produk dan Promosi Produk.....	93
Tabel V. 13 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah A	95
Tabel V. 14 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah B.....	97

Tabel V. 15 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C.....	97
---	----