

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Market Share Odelia Hijab dan Elzatta Hijab	4
Tabel I. 2 Observasi Produk Odelia Hijab	6
Tabel I. 3 Target dan Realisasi Produksi 2023	6
Tabel I. 4 Perbandingan Marketing Mix Communication	8
Tabel I. 5 Perbandingan <i>Tagline</i> dan Keunggulan yang dikomunikasikan	10
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel II. 2 Atribut Terpilih	20
Tabel II. 3 Perbandingan dan Pemilihan Metode.....	25
Tabel II. 4 Matriks SWOT	28
Tabel III. 1 Mekanisme Pengumpulan Data	31
Tabel III. 2 Skala <i>Liker</i>	32
Tabel III. 3 Indikator <i>Stress Value</i>	35
Tabel III. 4 Komponen Sistem Terintegrasi.....	36
Tabel IV. 1 Identifikasi <i>Brand</i> Hijab	38
Tabel IV. 2 Identifikasi Atribut Berdasarkan Penelitian Terdahulu	39
Tabel IV. 3 Identifikasi Atribut Berdasarkan Wawancara.....	40
Tabel IV. 4 Skala Perancangan Kuisisioner	41
Tabel IV. 5 Pengkodean Atribut	42
Tabel IV. 6 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	42
Tabel IV. 7 Rata-Rata Atribut.....	43
Tabel IV. 8 Pelabelan Dimensi	44
Tabel IV. 9 Hasil <i>R-square</i> dan <i>S-stress</i>	45
Tabel IV. 10 karakteristik responden	45
Tabel IV. 11 pengeluaran bulanan untuk membeli produk <i>fashion</i> hijab.....	46
Tabel IV. 12 Harga yang biasanya dibayarkan untuk produk <i>fashion</i> hijab.....	47
Tabel IV. 13 Koordinat <i>Brand Fashion</i> Hijab	49
Tabel IV. 14 Koordinat Atribut <i>Brand Fashion</i> Hijab.....	49
Tabel IV. 15 Jarak Euclidean Atribut Reputasi <i>Brand</i>	50
Tabel IV. 16 Jarak Euclidean Atribut Kualitas Bahan Produk	50

Tabel IV. 17 Jarak Euclidean Atribut Variasi Jenis Model Produk.....	51
Tabel IV. 18 Jarak Euclidean Atribut Variasi Jenis Warna Produk.....	51
Tabel IV. 19 Jarak Euclidean Atribut Harga Produk	52
Tabel IV. 20 Jarak Euclidean Atribut Promo Yang Menarik.....	53
Tabel IV. 21 Jarak Euclidean Atribut Desain Model Produk yang Menarik	53
Tabel IV. 22 Jarak Euclidean Atribut Variasi Ukuran Produk	54
Tabel IV. 23 Jarak Euclidean Atribut Variasi Jenis Produk	55
Tabel IV. 24 Matriks SWOT Wilayah A dengan Atribut reputasi <i>brand</i> , variasi jenis produk, variasi warna produk, dan variasi model produk.....	58
Tabel IV. 25 Matriks SWOT Wilayah C dengan Atribut kualitas bahan produk dan desain produk yang menarik.	62
Tabel V. 1 Verifikasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah A	68
Tabel V. 2 Verifikasi Rancangan Perbaikan Terhadap Wilayah C.....	70
Tabel V. 3 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah A.....	72
Tabel V. 4 Validasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C	73
Tabel V. 5 Evaluasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah A	74
Tabel V. 6 Analisis Kekurangan dan Kelebihan Rancangan Wilayah Persaingan A .	75
Tabel V. 7 Analisis Sensitivitas Terhadap Wilayah A.....	77
Tabel V. 8 Evaluasi Hasil Rancangan Terhadap Wilayah C	79
Tabel V. 9 Analisis Kekurangan dan Kelebihan Rancangan Wilayah Persaingan C .	79
Tabel V. 10 Analisis Sensitivitas Terhadap Wilayah C.....	81
Tabel V. 11 Analisis dan Rencana Implementasi Rancangan Terhadap Wilayah A ..	83
Tabel V. 12 Analisis dan Rencana Implementasi Rancangan Terhadap Wilayah C ..	84