

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Fashion	11
2.1.2 Produk Fashion	13
2.1.3 Customer Experience.....	15
2.1.4 Brand Image	18
2.1.5 Customer Perceived Value	19
2.1.6 Visual Merchandising.....	20
2.1.7 Marketing Startegy	25
2.1.8 Elaborasi Teori	27

2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Teori	44
2.4 Asumsi	45
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	46
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
3.1 Pendekatan Penelitian	47
3.1.1 Tahap Emphatize	48
3.1.2 Tahap Define.....	49
3.1.3 Tahap Ideate.....	50
3.1.4 Tahap Prototype.....	51
3.1.5 Tahap Test.....	51
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Profil Laswee <i>Creative Space</i>	54
4.1.2 Produk Laswee <i>Creative Space</i>	55
4.1.3 Data Wawancara Manajer Laswee <i>Creative Space</i>	58
4.1.4 Analisis Data Kuesioner	62
4.1.5 Interaksi Antar Tenant Fashion dan F&B.....	65
4.1.6 Analisis Studi Kelayakan.....	66
4.1.7 Analisis SWOT	69
4.1.8 Strategi Pemasaran Laswee <i>Creative Space</i>	74
4.2 Hasil Penelitian	79
4.2.1 Tenant Wellborn “Unisex Apparel”	79
4.2.2 Tenant Supersentimental "Streetwear Apparel"	86
4.2.3 Tenant Kizaru "Japan Artwaear/Anime Jepang"	93
4.2.4 Tenant Thenblank	98
4.2.5 Data Wawancara Tenant F&B.....	105
4.3 Pembahasan	114
4.3.1 Perancangan – Ready to Wear	114

4.3.2 Testing	124
BAB V.....	127
KESIMPULAN.....	127
5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	135