

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Preferensi.....	8

2.2.2	Daerah Tempat Tinggal.....	8
2.2.3	Kepercayaan.....	9
2.2.4	Iklim.....	9
2.2.5	Gender.....	10
2.2.6	Trend sesuai waktu atau zaman.....	10
2.2.7	Keputusan Pemilihan Produk.....	11
2.3	Model Analisis.....	12
2.4	Kerangka Konseptual.....	13
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>14</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	14
3.2	Populasi dan Sampel.....	14
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	15
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	16
3.5	Validitas dan Reliabilitas.....	16
3.6	Metode Analisis Data.....	17
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>20</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	20
4.2	Statistik Deskriptif.....	21
4.2.1	Jenis Kelamin.....	21
4.2.2	Usia.....	21
4.2.3	Pekerjaan.....	22
4.2.4	Status.....	23
4.3	Hasil Analisis Data.....	23
4.3.1	Hasil Analisis Konjoin per Responden.....	24
4.3.2	Hasil Analisis Konjoin Keseluruhan.....	27

4.4 Pembahasan .....	30
4.5 Implikasi Manajerial.....	33
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>34</b>
5.1 Simpulan Penelitian.....	34
5.2 Saran.....	34
5.2.1 Saran bagi perusahaan .....	34
5.2.2 Saran bagi penelitian berikutnya.....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>36</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Penjualan Lofastreet.....	3
Gambar 2.1 Model Analisis.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	13
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	21
Gambar 4.2 Usia Responden.....	22
Gambar 4.4 Status Responden.....	23



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Industri Fesyen di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Tabel Jumlah Produk Lofastreet yang Terjual (Agustus 2015-Juli 2016).....	4
Tabel 1.3 Alasan Konsumen dalam Memilih Produk Lofastreet saat Pameran di STS(27-28 Februari2016).....	5
Tabel 3.1 Definisi Atribut Level.....	16
Tabel 3.2 Pengkodean Level Stimuli.....	17
Tabel 3.3 Kombinasi Stimuli Atribut.....	18
Tabel 4.1 Nilai Output Responden 01.....	24
Tabel 4.2 Nilai Tingkat Kepentingan Atribut Responden 01.....	26
Tabel 4.3 Nilai Output Rangkuman Predictive Accuracy Responden 01.....	26
Tabel 4.4 Nilai Output Utilitas Responden Keseluruhan.....	27
Tabel 4.5 Nilai Tingkat Kepentingan Atribut Keseluruhan.....	29
Tabel 4.6 Nilai Output Pengukuran Predictive Accuracy Keseluruhan.....	29
Tabel 4.7 Implikasi Manajerial.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	A-1
Lampiran B Lembar Pertanyaan Wawancara.....	B-1
Lampiran C Jawaban Kuesioner.....	C-1
Lampiran D Hasil Analisis Konjoin.....	D-1
Lampiran E Hasil Analisis Konjoin Responden Keseluruhan.....	E-1

