

## DAFTAR ISI

|                                           |              |
|-------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                | <b>i</b>     |
| <b>PENGESAHAN .....</b>                   | <b>iii</b>   |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>    | <b>iv</b>    |
| <b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR .....</b>      | <b>v</b>     |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>          | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                | <b>vii</b>   |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>           | <b>viii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                    | <b>x</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                 | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                 | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>              | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN.....</b>   | <b>xviii</b> |
| <b>INTISARI .....</b>                     | <b>xix</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                     | <b>xx</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>             | <b>1</b>     |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....         | 1            |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                | 4            |
| 1.3. Asumsi dan Batasan .....             | 4            |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....               | 5            |
| 1.5. Manfaat Penelitian.....              | 5            |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>       | <b>7</b>     |
| <b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>        | <b>10</b>    |
| 3.1. Seragam Sekolah .....                | 10           |
| 3.2. <i>Mass Customization</i> .....      | 11           |
| 3.3. Strategi Pemasaran .....             | 13           |
| 3.3.1. <i>Market Segmentation</i> .....   | 14           |
| 3.3.2. <i>Market Positioning</i> .....    | 15           |
| 3.3.3. <i>Market Entry Strategy</i> ..... | 16           |

|                                         |                                                                                  |           |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.4.                                  | <i>Marketing Mix Strategy</i> .....                                              | 16        |
| 3.3.5.                                  | <i>Timing Strategy</i> .....                                                     | 17        |
| 3.4.                                    | <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> .....                                  | 17        |
| <b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>   |                                                                                  | <b>23</b> |
| 4.1.                                    | Objek Penelitian .....                                                           | 23        |
| 4.2.                                    | Subjek Penelitian .....                                                          | 23        |
| 4.3.                                    | Alat dan Bahan Penelitian .....                                                  | 23        |
| 4.4.                                    | Tahapan Penelitian .....                                                         | 24        |
| 4.5.                                    | Jadwal Penelitian .....                                                          | 30        |
| <b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |                                                                                  | <b>32</b> |
| 5.1.                                    | Survei untuk Menentukan Segmentasi Pasar .....                                   | 32        |
| 5.1.1.                                  | Survei ke Sekolah sebagai Calon Konsumen.....                                    | 33        |
| 5.1.2.                                  | Survei ke Wali Murid dan/atau Murid sebagai Calon Konsumen ..                    | 35        |
| 5.1.3.                                  | Survei ke Konveksi sebagai Calon Produsen.....                                   | 35        |
| 5.1.4.                                  | Survei ke Penjahit sebagai Calon Produsen.....                                   | 36        |
| 5.1.5.                                  | Survei ke Toko <i>Online</i> sebagai Calon Produsen.....                         | 37        |
| 5.2.                                    | Segmentasi Pasar .....                                                           | 38        |
| 5.3.                                    | Penentuan <i>Sample Size</i> .....                                               | 39        |
| 5.4.                                    | Analisis Data .....                                                              | 40        |
| 5.4.1.                                  | Analisis Prioritas Kriteria Perbandingan Sumber Produksi oleh<br>Konsumen .....  | 40        |
| 5.4.2.                                  | Analisis Prioritas Kriteria Perbandingan Sistem Pemasaran oleh<br>Konsumen ..... | 49        |
| 5.4.3.                                  | Analisis Kepentingan Aspek dalam <i>E-commerce</i> oleh Konsumen.                | 57        |
| 5.5.                                    | Penerapan <i>Mass Customization</i> Produk .....                                 | 63        |
| 5.6.                                    | Identifikasi Karakteristik <i>E-commerce</i> Terbaik di Indonesia.....           | 68        |
| 5.7.                                    | 4P's <i>Marketing Mix</i> .....                                                  | 71        |
| 5.7.1.                                  | <i>Product</i> (Produk).....                                                     | 71        |
| 5.7.2.                                  | <i>Place</i> (Lokasi atau Distribusi).....                                       | 71        |
| 5.7.3.                                  | <i>Price</i> (Harga).....                                                        | 72        |
| 5.7.4.                                  | <i>Promotion</i> (Promosi).....                                                  | 72        |

|                             |                                                      |           |
|-----------------------------|------------------------------------------------------|-----------|
| 5.8.                        | Uji Coba Penetrasi Produk ke <i>E-commerce</i> ..... | 73        |
| 5.9.                        | Hasil Tampilan Akhir di Tokopedia.....               | 74        |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b> |                                                      | <b>90</b> |
| 6.1.                        | Kesimpulan.....                                      | 90        |
| 6.2.                        | Saran .....                                          | 91        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> |                                                      | <b>92</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>        |                                                      | <b>97</b> |