

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Kata Pengantar	iv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Industri Fesyen	1
1.1.2 Fesyen <i>Start-Up</i>	2
1.1.3 Bearnice <i>fesyen Startup Brand</i>	3
1.1.4 Pentingnya <i>customer value</i> pada produk fesyen	5
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat penelitian	7
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.5.3 Sistematika Penulisan Laporan	8
BAB II	10
TUJUAN LITERATUR	10
2.1 Industri kreatif	10
2.3 <i>Social Value</i>	12
2.4 <i>Emotional Value</i>	12
2.5 <i>Functional value</i>	14
2.6 <i>consumer choice behaviour</i>	15
2.7 Kerangka Pemikiran	16
BAB III	17
METODE PENELITIAN	17
3.1 Kekuatan Produk Bearnice	17
3.1.1 Desain Penelitian	17
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.1.7. Pengujian Alat Ukur	23
3.1.8. Analisis GAP	25

3.1.9. Pengolahan Data Importance Performance Analysis	25
BAB IV	29
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Analisa Karakteristik Responden	29
4.1.1 Berdasarkan Demografis	30
4.2.1. Uji Validitas	34
4.3 Analisis GAP	36
4.3.1 Importance Performance Analysis (IPA)	39
4.4 Strategi untuk Meningkatkan Value yang dipentingkan konsumen	44
BAB V	50
KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
5.2.1 Saran untuk brand Bearnice	51
5.2.2 Penelitian selanjutnya	51
References :	52

