

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR SINGKATAN..... | xi |
| INTISARI | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.6 Lingkup Penelitian | 11 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 11 |
| BAB II. LANDASAN TEORI | 13 |
| 2.1 Teori Konseptual..... | 13 |
| 2.1.1 Persepsi | 13 |
| 2.1.2 <i>Perceived Value</i> | 16 |
| 2.1.3 <i>Value Proposition</i> | 17 |
| 2.1.4 Pengambilan Keputusan..... | 18 |
| 2.1.5 Pengambilan Keputusan Konsumen terkait Infus | 18 |
| 2.1.5.1 Macam Cairan yang Dibutuhkan | 20 |
| 2.1.5.2 Konsep Terapi Cairan untuk Tubuh..... | 21 |
| 2.1.5.3 Terapi Cairan untuk Tubuh | 21 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.6 Strategi Pertumbuhan Perusahaan..... | 23 |
| 2.1.7 Management Portofolio Marketing | 26 |
| 2.2 Kajian Penelitian Terdahulu..... | 27 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 29 |
| 3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.2.1 Jenis Data Penelitian | 31 |
| 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 3.2.3 Informan Penelitian..... | 33 |
| 3.3 Instrumen Penelitian..... | 34 |
| 3.3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara..... | 34 |
| 3.3.2 Waktu dan Tempat Penelitian | 38 |
| 3.4 Metode Analisis Data..... | 38 |
| 3.5 Metode Validasi Data..... | 39 |
| 3.6 Profil Perusahaan | 40 |
| BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 44 |
| 4.1 Deskripsi Data..... | 44 |
| 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian | 45 |
| 4.2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Infus | 46 |
| 4.2.1.1 Situasi Pemasaran yang Dihadapi di Indonesia | 55 |
| 4.2.1.2 Persepsi Infus OTSU dan Infus WIDA di Benak Konsumen | 65 |
| 4.2.1.3 Isu Merger Perusahaan dan Kanibalisme Produk | 69 |
| 4.3 Strategi Menghindari Kanibalisme Produk Infus OTSU dan WIDA | 71 |
| BAB V. SIMPULAN DAN SARAN..... | 75 |
| 5.1 Simpulan | 75 |
| 5.1.1 Faktor-Faktor Pertimbangan dalam Memilih Infus | 75 |
| 5.1.2 Persepsi Infus OTSU dan Infus WIDA di Benak | |

| | |
|--|-----------|
| Konsumen | 76 |
| 5.1.3 Isu Merger Perusahaan dan Strategi Menghindari | |
| Kanibalisme Produk Infus OTSU dan WIDA..... | 77 |
| 5.2 Implikasi Manajerial | 78 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 81 |
| 5.4 Saran..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 83 |
| LAMPIRAN..... | 87 |