

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Lingkup Penelitian	8
1.7 Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
1.8 Kerangka Penelitian	10
1.9 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Penggunaan Material Baja Pada Industri Konstruksi.....	13
2.1.1 Pemenuhan Sifat Mekanik Baja	14
2.1.2 Jaminan Kualitas Baja Sesuai Standar Konstruksi dan Kebijakan Pemerintahan	16
2.1.3 Ketahanan Material Baja Terhadap Korosi.....	17
2.1.4 Efisiensi Harga Material Baja	18

2.1.5 Pengiriman Material yang Efektif dan Efisien.....	19
2.2 Product – Market Fit	20
2.3 Kelayakan Inovasi Produk	22
2.4 Proses Adopsi Pelanggan	25
2.5 Upaya Mengatasi <i>The Valley of Death</i> Suatu Inovasi.....	30
2.5.1 Kebijakan Pemerintah	31
2.5.2 Ketersediaan Modal Keuangan	32
2.5.3 Dukungan Kelembagaan / Organisasi Profesional.....	32
2.5.4 Kualitas Sumber Daya Manusia.....	32
2.5.5 Kondisi Pasar	33
2.6 Dukungan Pemerintah Dan Endorsement untuk Keberterimaan Produk di Pasar	33
2.7 Analisa Sumber Daya dan Kapabilitas Perusahaan	35
2.8 Analisa Peta Empati	37
BAB III METODA PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian.....	40
3.2 Unit Analisis	41
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Sumber Data.....	42
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Instrumen Penelitian.....	50
3.5 Metode Analisis Data.....	51
3.6 Profil Perusahaan	52
3.6.1 Sejarah PT Bhirawa Steel.....	52
3.6.2 Visi & Misi PT Bhirawa Steel	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Keunggulan WRG PT Bhirawa Steel.....	55
4.2 Sedikit Pesaing WRG PT Bhirawa Steel	62
4.3 Uji Laboratorium WRG	65
4.4 Pengalaman Pengguna WRG	74
4.5 Kelemahan WRG dari Pengalaman Pengguna.....	78

4.6	Harapan Pelanggan Terhadap WRG	80
4.6.1	Harapan Kualitas Produk	84
4.6.2	Harapan Harga Produk	85
4.6.3	Harapan Pengiriman Produk	87
4.7	Perubahan Metode dan Prosedur Untuk Penggunaan WRG secara Luas	88
4.8	Komitmen Organisasi Untuk Pemasaran / Komersialisasi Produk WRG	95
4.9	Komitmen Organisasi Meningkatkan Kualitas Proses dan Produk .	99
4.10	Proyeksi Pemakaian WRG di Pengguna BUMN dan Non BUMN	107
BAB V SIMPULAN & IMPLIKASI.....		117
5.1	Simpulan	117
5.2	Keterbatasan.....	118
5.3	Implikasi.....	118
5.4	Saran.....	119
KEPUSTAKAAN		121
LAMPIRAN.....		127