

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
INTISARI	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Penelitian	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
BAB III LANDASAN TEORI	7
3.1. Parameter Kinerja Bisnis	7
3.2. Pengembangan Produk	7
3.2.1. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Pengembangan Produk	7
3.2.2. Kinerja Usaha Pengembangan Produk	8
3.3. Aspek Pembentuk, Diferensiasi, dan Atribut Produk	9
3.3.1. Aspek Pembentuk produk	9
3.3.2. Diferensiasi Produk	9

3.3.3. Atribut Produk	11
3.4. Perilaku dan Kepuasan Konsumen	11
3.4.1. Perilaku Konsumen	11
3.4.2. Kepuasan Konsumen	12
3.5. Analisis Pareto	12
3.6. Kanvas Strategi	13
3.7. Metode Pengambilan Sampel dan Penentuan Ukuran Sampel	13
3.7.1. Metode Pengambilan Sampel	13
3.7.2. Penentuan Ukuran Sampel	15
3.8. Penyusunan Kuesioner	16
3.8.1. Skala Kuesioner dan Interpretasi Analisis Data	16
3.9. Metode Statistika	17
3.9.1. Uji Validitas	17
3.9.2. Uji Realibilitas	18
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	19
4.1. Pendefinisian Karakter Produk Sukses	19
4.2. Penentuan Objek Penelitian	20
4.3. Analisis Kesuksesan Produk	20
4.3.1. Atribut Aktual Produk	20
4.3.2. Persepsi Konsumen	20
4.3.3. Faktor Pendukung	21
4.4. Metode Pengumpulan Data	21
4.4.1. Data Sekunder	21
4.4.2. Data Primer	21
4.5. Langkah Penelitian	21
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	23
5.1. Pemilihan Produk Sukses	23
5.1.1. Data Sekunder	23
5.1.2. Data Primer	25
5.1.2.1. Penentuan jumlah sampel	25
5.1.2.2. Pemilihan produk	25



5.2. Penentuan Batas Kategori	27
5.3. Perbandingan Kinerja Aktual Atribut Produk	28
5.3.1. Perbandingan Spesifikasi Inti	28
5.3.2. Perbandingan Konektivitas	29
5.3.3. Perbandingan Fitur Tambahan	30
5.3.4. Perbandingan <i>Display</i>	30
5.3.5. Perbandingan Audio	31
5.3.6. Perbandingan Desain	31
5.3.7. Perbandingan Bobot	32
5.3.8. Perbandingan Daya Tahan Baterai	33
5.3.9. Perbandingan Garansi	33
5.3.10. Perbandingan Harga	34
5.4. Perbandingan Persepsi Konsumen	34
5.4.1. Penentuan Jumlah Sampel	34
5.4.2. Uji Validitas Kuesioner	34
5.4.3. Uji Reabilitas	35
5.4.4. Analisis Hasil Survei Persepsi Konsumen	35
5.4.4.1. Pengaruh sumber informasi dalam pembelian produk	35
5.4.4.2. Preferensi pembelian produk	36
5.4.4.3. Atribut persepsi konsumen	37
5.5. Perbandingan Faktor Pendukung Persaingan	40
5.5.1. Jaringan Resmi SC	40
5.5.2. Kekuatan Merek	41
5.6. Analisis Umum Faktor Persaingan	42
BAB VI PENUTUP	47
6.1. Kesimpulan	47
6.2. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51