

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	iii
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR</b>	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b>	vii
<b>DAFTAR ISI</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xii
<b>DAFTAR TABEL</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xv
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN</b>	xvi
<b>INTISARI</b>	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Penelitian	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	5
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	
3.1. Parameter Kesuksesan Produk	8
3.2. Pengembangan Produk	9
3.3. Atribut Produk	11
3.4. Perilaku Konsumen	11
3.5. Metode Pengambilan Sampel	13
3.6. Kuesioner	14
3.6.1. Format Kuesioner	14

3.6.2. Penskalaan Kuesioner	14
3.7. Validitas	15
3.8. Reliabilitas	16
3.9. Kanvas Strategi	17
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN</b>	
4.1. Obyek Penelitian	18
4.2. Langkah Penelitian	18
4.3. Pendefinisian Karakter Produk Sukses	20
4.4. Analisis Faktor Persaingan	20
4.4.1. Faktor Kinerja Bisnis Perusahaan	20
4.4.2. Faktor Kinerja Atribut Produk	21
4.4.3. Faktor Harga	21
4.4.4. Persepsi Konsumen	21
4.5. Analisis Umum Perbandingan Faktor-faktor Persaingan	22
4.6. Metode Survei Penelitian	22
4.6.1. Rancangan Studi	22
4.6.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
4.6.3. Penyusunan Kuesioner	23
4.6.3.1. Format Kuesioner	23
4.6.3.2. Evaluasi Kuesioner	24
4.6.3.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	24
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Kinerja Bisnis Perusahaan	25
5.2. Kinerja Atribut produk	28
5.2.1. Desain Produk	29
5.2.2. Kemudahan Penggunaan	29
5.2.3. Tampilan Layar	30
5.2.4. Daya Tahan Baterai	31
5.2.5. Kamera	32
5.2.6. Video	33
5.2.7. Konektivitas	33



5.2.8. Kapasitas Memori	34
5.2.9. Teknologi dan Fitur Ekstra	35
5.3. Harga	37
5.3.1. Perbandingan Harga <i>Handphone</i>	37
5.3.2. Perbandingan Harga Perlengkapan <i>Handphone</i>	38
5.4. Persepsi Konsumen	40
5.4.1. Penentuan Jumlah Sampel	40
5.4.2. Uji Validitas Kuesioner	40
5.4.3. Uji Reliabilitas	41
5.4.4. Kategori Skor Perbandingan	41
5.4.5. Analisis Hasil Survei Persepsi Konsumen	42
5.4.5.1. Nilai Persepsi Konsumen	44
5.4.5.2. Persepsi Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Pelanggan	47
5.5. Faktor Persaingan Pendukung	51
5.5.1. Kecepatan Peluncuran Produk	51
5.5.2. Strategi Promosi	52
5.5.3. Layanan <i>After Sales</i>	53
5.6. Analisis Umum Perbandingan Faktor Persaingan	53
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1. Kesimpulan	58
6.2. Saran	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	59
<b>LAMPIRAN</b>	62