

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. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III LANDASAN TEORI	
3.1. Penilaian Kinerja Usaha Produk	12
3.2. Analisis Persepsi Konsumen berdasar <i>Brand Equity</i>	13
3.3. Analisis <i>Kanvas Strategy</i>	21
3.4. Uji Data Statistik	21
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	
4.1. Obyek Penelitian	25
4.2. Data yang Digunakan	25



4.3. Sumber Data	25
4.4. Metode Pengumpulan Data	20
4.5. Teknik Sampling	26
4.6. Pengolahan Data	26
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Analisa Kesuksesan Produk Berdasarkan Kinerja Usaha	33
5.1.1. Lima Besar Penjualan dan <i>Market Share</i>	33
Merek mobil di Indonesia	
5.1.2. Lima Besar Penjualan Mobil Tipe SUV di Indonesia	37
5.2. Analisa Persepsi Konsumen	41
5.2.1. Penentuan Jumlah Sampel	41
5.2.2. Uji Validitas	41
5.2.3. Uji Reliabelitas	43
5.2.4. Analisis <i>Brand Awareness</i>	43
5.2.5. Analisis <i>Brand Association</i>	45
5.2.6. Analisis <i>Brand Perceived Quality</i>	47
5.2.7. Analisis <i>Brand Loyalty</i>	49
5.2.8. Analisa Penentuan Atribut Faktor-Faktor yang Berpengaruh	64
Dalam Desain Produk Sukses Berdasar Kinerja Aktual	
5.2.9. Penilaian Kinerja Produk Sukses Kategori SUV 1,5L<cc<2,5L	65
Berdasarkan Persepsi Konsumen	
5.3. Analisa Data Kinerja Aktual Produk	67
5.3.1. Perbandingan Kinerja <i>Engine</i>	68
5.3.2. Perbandingan Unjuk Kerja Kecepatan	69
5.3.3. Perbandingan Konsumsi Bahan Bakar	71
5.3.4. Perbandingan Fitur Kenyamanan	73
5.3.5. Perbandingan Fitur Keamanan	76
5.3.6. Perbandingan Tingkat Kemudahan Perawatan	78
5.3.7. Perbandingan Harga	79
5.3.8. Analisa Faktor Persaingan Kinerja Aktual Produk	83



5.4. Penentuan Produk Sukses Mobil SUV 1,5L cc < 2,5L Berdasarkan	84
---	----

Market share dan Analisa Karakteristik Produk Sukses Berdasarkan
Persepsi Konsumen dan Kinerja Aktual Produk

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan	85
-----------------	----

6.2. Saran	86
------------	----

DAFTAR PUSTAKA	87
-----------------------	----

LAMPIRAN	84
-----------------	----