

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xiii
INTISARI	xiv

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Batasan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III LANDASAN TEORI	6
3.1 Pengembangan Produk	6

3.1.1 Sumber Pengembangan Produk	6
3.1.2 Strategi Pengembangan Produk	7
3.2 Diferensiasi Produk	8
3.3 Metode Pengambilan Sampel	10
3.4 Penyusunan Kuesioner	11
3.5 Kanvas Strategi	12
3.6 Metode Statistika	12
3.6.1 Validitas	12
3.6.2 Reliabilitas	13
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	15
4.1 Objek Penelitian	15
4.2 Pendefinisian Karakter Produk Sukses	15
4.3 Analisis Kesuksesan Produk	16
4.3.1 Analisis Atribut Produk	17
4.3.2 Analisis Kinerja Perusahaan	17
4.3.3. Analisis Faktor Pendukung	17
4.4 Metode Pengumpulan Data	18
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	19
5.1 Pemilihan Produk Sukses TV LCD	19
5.1.1 Data Sekunder	19
5.1.2 Data Primer	21
5.1. 2.1 Penentuan Jumlah Sampel	21
5.1.2.2 Pemilihan Produk Sukses	21
5.2 Perbandingan Kinerja Atribut Produk	24
5.2.1 Perbandingan Aktual Atribut Produk	24
5.2.1.1 Perbandingan Video	25

5.2.1.2 Perbandingan Audio	26
5.2.1.3 Perbandingan Konsumsi Daya	26
5.2.1.4 Perbandingan Dimensi Produk	27
5.2.1.5 Perbandingan Bobot Produk	28
5.2.1.6 Perbandingan Fitur Produk	29
5.2.1.7 Perbandingan harga Jual Produk	29
5.2.1.8 Perbandingan Garansi Produk	30
5.2.2 Perbandingan Persepsi Konsumen	31
5.2.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	31
5.2.2.2 Uji Validitas	31
5.2.2.3 Uji Reliabilitas	31
5.2.2.4 Analisis Hasil Persepsi	32
5.2.3 Faktor Persaingan Pendukung	36
5.2.3.1 Jumlah Serie TV LCD	36
5.2.3.2 Kekuatan <i>Brand</i>	36
5.2.3.3 Pendirian Pabrik di Indonesia	37
5.3 Analisis Umum Faktor Persaingan Pendukung	38
 BAB VI PENUTUP	 42
6.1 Kesimpulan	42
6.2 Saran	43
 DAFTAR PUSTAKA	 44
LAMPIRAN	45