

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR / SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 5
 BAB III LANDASAN TEORI	
3.1 Produk	9
3.1.1 Kualitas dan fitur produk	10
3.1.2 <i>Brand</i>	10
3.1.3 Harga	11
3.2 Indikator kesuksesan	12
3.2.1 Market share	13

3.2.2	Keuntungan	13
3.3	Konsep Pemasaran produk	14
3.4	Persamaan Fishbein	14
3.5	Kanvas strategi	15
3.6	Pengambilan data sampel	16
3.6.1	Uji kecukupan data	16
3.6.2	Uji validitas data kuesioner	17
3.6.3	Uji reliabilitas	17

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1	Objek penelitian	19
4.2	Pengumpulan data	19
4.3	Tahapan penelitian	19
4.3.1	Penentuan produk sukses	21
4.3.2	Analisis produk berdasar persektif konsumen	22
4.3.3	Analisis produk berdasar data aktual terkait produk	22
4.3.4	Perbandingan faktor penentu kesuksesan produk	22
4.3.5	Pemetaan pada kanvas strategi	22

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1.	Kesuksesan Produk Kendaraan Roda Empat	23
5.1.1.	Penjualan dan <i>market share</i> Sport Utility Vehicles (SUV)	23
5.1.2.	Penjualan dan <i>market share</i> Toyota Rush dan Daihatsu Terios	25
5.1.3.	Perbandingan kesuksesan Toyota dan Daihatsu	26
5.2.	Pengujian Data Hasil Kuesioner	27
5.2.1.	Uji kecukupan data	27
5.2.2.	Uji validitas	28
5.2.3.	Reliabilitas	28
5.3.	Analisis karakteristik pengguna Toyota Rush dan Daihatsu Terios	29
5.3.1.	Analisis pengguna	29
5.3.2.	Tingkat kepentingan atribut	30

5.3.3. Faktor pertimbangan dalam pembelian	31
5.3.4. Pertimbangan merek satu sama lain	33
5.3.5. Perubahan atau penambahan fitur/aksesoris	34
5.3.6. Kepuasan	34
5.3.7. Kemungkinan pembelian terhadap produk kolaborasi kembali	35
5.4. Analisis Faktor penentu kesuksesan produk	36
5.4.1. Evaluasi Persepsi Konsumen	36
5.4.2. Harga	38
5.4.3. Merek	39
5.4.3.1. <i>Brand Value</i>	39
5.4.3.2. Merek yang diinginkan pada kategori MPV dan SUV	40
5.4.3.3. <i>Brand Image</i>	41
5.4.3.4. Penjualan waktu lalu	42
5.5. Kesuksesan Toyota Rush dan Daihatsu Terios	43
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	45
6.2 Saran	47
 DAFTAR PUSTAKA	48
 LAMPIRAN	51