

## 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>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xi
<b>DAFTAR TABEL</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xiii
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN</b>	xiv
<b>INTISARI</b>	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	6
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	
3.1. Pengembangan Produk Baru	9
3.2. Definisi Kesuksesan Produk	10
3.3. Faktor Penyebab Kesuksesan Produk	12
3.4. Hubungan Indikator dengan Penyebab Kesuksesan Produk	12
3.5. Strategi Kompetisi dengan <i>Bundling</i> Produk	13
3.6. Kinerja Bisnis Perusahaan	14
3.7. Perilaku Konsumen	14
3.8. Kanvas Strategi	15

3.9. Reliabilitas dan Validasi Pengukuran	17
3.9.1. Reliabilitas	17
3.9.2. Validitas	18
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN</b>	
4.1. Obyek Penelitian	19
4.2. Lokasi Penelitian	20
4.3. Sumber Data dan Informasi Pendukung	20
4.4. Analisis Kesuksesan Produk	21
4.4.1. Atribut Produk	21
4.4.2. Persepsi konsumen	22
4.4.3. Faktor pendukung	22
4.5. Sampling	22
4.6. Tahapan Penelitian	23
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Pemilihan Produk Sukses	26
5.1.1. <i>Market Share</i> dan Pendapatan Penjualan	26
5.2.2. Produk Sukses	29
5.2. Analisis Faktor-Faktor Penyebab Kesuksesan	31
5.2.1. Kinerja Atribut Produk	31
5.2.1.1. Faktor Unjuk kerja Produk	31
5.2.1.1.1. Spesifikasi Inti	31
5.2.1.1.2. Daya Tahan Baterai	33
5.2.1.1.3. Kualitas Layar	34
5.2.1.2. Portabilitas Produk	34
5.2.1.3. Fasilitas Penunjang	35
5.2.1.3.1. Konektivitas	35
5.2.1.3.2. Kelengkapan Fitur	37
5.2.1.4. Desain Produk	37
5.2.1.5. Garansi Produk	40
5.2.1.6. Harga Produk	40
5.2.2. Analisis <i>System Support</i>	41



5.2.2.1. <i>Time to Market</i> Produk	41
5.2.2.1.1. Umur Merek	41
5.2.2.1.1. Umur Produk	42
5.2.2.2. Layanan Purna Jual	43
5.2.2.3. Promosi Penjualan	43
5.2.3. Preferensi konsumen produk netbook	44
5.2.3.1. Pengaruh sumber informasi dalam pembelian produk	44
5.2.3.2. Mobilitas dalam Penggunaan <i>Netbook</i>	45
5.2.3.3. Aktivitas Utama dengan <i>Netbook</i>	46
5.2.3.4. Faktor Pertimbangan pemilihan dalam pembelian Produk	46
5.2.4. Analisis Persepsi Konsumen	46
5.3. Analisis Karakteristik Kesuksesan Produk	48
5.3.1. Kanvas Strategi	48
5.3.2. Analisis korelasi kesuksesan produk netbook	50
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	52
<b>LAMPIRAN</b>	54