



## 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>PERSEMBAHAN</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</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
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	3
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	7
3.1. <i>Dental Unit</i>	7
3.2. Indikator Kesuksesan Produk	7
3.3. Atribut Produk	8
3.4. Perilaku Konsumen	9
3.5. Teknik Sampling	10



3.6. Penyusunan Kuesioner	11
3.7. Diagram Pareto	11
3.8. Pengujian Data	12
3.8.1. Uji Kecukupan Data	12
3.8.2. Uji Validitas	12
3.8.3. Uji Reliabilitas	13
3.8.4. Uji Korelativitas	14
3.9. Kanvas Strategi	15
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN</b>	16
4.1. Obyek Penelitian	16
4.2. Populasi	16
4.3. Sampel	16
4.4. Teknik Pengambilan Sampel	16
4.5. Pengumpulan Data	17
4.6. Skema Penelitian	18
4.6.1. Identifikasi Produk <i>Dental Unit</i> di Pasaran	19
4.6.2. Menentukan Indikator Kesuksesan	19
4.6.3. Survei Pangsa Pasar	19
4.6.4. Menentukan Obyek Penelitian Berdasarkan Diagram Pareto	19
4.6.5. Menentukan Karakter Produk Sukses	20
4.2.6.1. Analisis Atribut Aktual Produk	21
4.2.6.2. Analisis Persepsi Konsumen	21
4.2.6.3. Analisis Faktor Pendukung Persaingan	21
4.6.6. Pemetaan Pada Kanvas Strategi	23
4.6.7. Menarik Kesimpulan	23
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	24
5.1. Evaluasi Kesuksesan Produk	24
5.2. Validitas dan Reabilitas Kuesioner	26



5.3. Analisis <i>Performances Quality</i>	26
5.4. Analisis <i>Durability</i>	27
5.6. Analisis <i>Features</i>	29
5.7. Analisis <i>Design</i>	30
5.8. Analisis <i>Maintenance dan Repair</i>	32
5.9. Analisis <i>Warranties dan Guarantee</i>	34
5.10. Analisis <i>Advertising</i>	35
5.11. Analisis <i>Sales promotion</i>	36
5.12. Analisis <i>Price</i>	37
5.13. Analisis <i>Brand Image</i>	39
5.14. Analisis <i>Customer Loyalty</i>	40
5.15. Kanvas Strategi	41
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	43
6.1 Kesimpulan	43
6.2. Saran	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	44
<b>LAMPIRAN</b>	46