



## 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>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN</b> .....	xv
<b>INTISARI</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	4
1.3. Pembatasan 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> .....	9
3.1. Penentu Kesuksesan <i>Mobile Broadband</i> .....	9
3.2. Indikator Kinerja Produk Sukses .....	10
3.3. Diagram Pareto .....	10
3.4. Pengukuran Kinerja Produk Sukses .....	11



3.5. Bauran Pemasaran ( <i>Mix Marketing</i> ) .....	12
3.6. Perilaku Konsumen .....	12
3.6.1. Proses Keputusan Membeli .....	13
3.6.2. Proses Keputusan Membeli Produk Baru .....	14
3.6.3. Kepuasan Konsumen .....	15
3.7. Atribut Produk .....	15
3.8. Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> .....	16
3.9. Kanvas Strategi .....	18
3.10. Penyusunan Kuesioner .....	20
3.10.1. Format Kuesioner .....	20
3.10.2. Skala Kuesioner .....	20
3.11. Uji Statistik Data.....	21
3.11.1. Penentuan Ukuran Sampel .....	21
3.11.2. Uji Validitas Data .....	22
3.11.3. Uji Reliabilitas Data.....	22
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
4.1. Obyek Penelitian .....	24
4.2. Pengumpulan Data .....	24
4.3. Rancangan Penelitian .....	25
4.3.1. Analisis Produk Berdasar Perspektif Pelanggan .....	25
4.3.2. Analisis Produk Berdasar Data Aktual .....	26
4.3.3. Analisis Faktor Pendukung Kesuksesan .....	26
4.4. Pemetaan Strategi .....	26
4.5. Tahapan Penelitian .....	27
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
5.1. Penentuan Produk Sukses .....	29
5.2. Evaluasi Penyebab Sukses .....	31
5.3. Kinerja Aktual Atribut Produk .....	31
5.3.1. Perbandingan Kualitas .....	31



5.3.2. Perbandingan Tarif .....	35
5.3.3. Perbandingan Tingkat Pelayanan .....	39
5.3.4. Perbandingan Fitur .....	42
5.3.5. Perbandingan Ketersediaan .....	43
5.4. Persepsi Konsumen.....	44
5.4.1. Penentuan Jumlah Sampel .....	44
5.4.2. Uji Validitas Kuesioner.....	44
5.4.3. Uji Reliabilitas .....	45
5.4.4. Profil Responden .....	45
5.4.5. Tingkat Kepentingan Menurut Persepsi Pelanggan.....	46
5.4.6. Atribut Persepsi Konsumen.....	47
5.4.6.1. Tingkat Kualitas .....	47
5.4.6.2. Tingkat Pelayanan.....	48
5.4.6.3. Iklan .....	48
5.4.6.4. Tarif.....	49
5.4.6.5. Ketersediaan .....	50
5.4.6.6. Fitur.....	50
5.5. Analisis Faktor Pendukung Lainnya.....	51
5.5.1. Waktu Peluncuran Produk.....	51
5.5.2. <i>Top Brand Index</i> .....	51
5.6. Keputusan Produk Sukses dengan <i>Analytical Hierarchy Process</i> .....	52
5.7. Faktor Kesuksesan Produk dalam Kanvas Strategi .....	54
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....	<b>56</b>
6.1. Kesimpulan .....	56
6.2. Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>61</b>