



## 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>INTISARI</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR</b>	vii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b>	viii
<b>DAFTAR ISI</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b>	xv
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN</b>	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.1. Rumusan Masalah	3
1.2. Batasan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	5
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	8
3.1. Indikator Kesuksesan Produk	8
3.1.1. Pangsa pasar	8
	x



3.1.2.	<i>Balance Scorecard (BSC)</i>	8
3.2.	Metode Pengambilan Sampel	11
3.2.1.	Ukuran sampel	12
3.3.	Penyusunan Kuesioner	12
3.3.1.	Format kuesioner	13
3.3.2.	Skala kuesioner dan interpretasi analisis data	13
3.4.	Analisis Pareto	13
3.5.	Validasi	13
3.6.	Reliabilitas	14
3.7.	Kanvas Strategi	14
3.8.	Korelasi	15
3.9.	Analytic Hierarchy Process (AHP)	16
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN</b>		19
4.1.	Obyek Penelitian	19
4.2.	Tahapan Penelitian	19
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>		27
5.1.	Penentuan Produk Sukses	27
5.2.	Indikator kesuksesan Klinik Gigi	31
5.3.	Perspektif Keuangan Klinik Gigi	33
5.3.1.	<i>Growth of Sales</i>	33
5.4.	Perspektif Pelanggan Klinik Gigi	33
5.4.1.	Tingkat Pelayanan	35
5.4.2.	Kualitas Pelayanan	36
5.4.3.	Ketersediaan	36



5.4.4.	Iklan	37
5.4.5.	<i>Feature</i>	37
5.4.6.	Tingkat Keamanan	38
5.5.	Perspektif Internal Bisnis Klinik Gigi	38
5.5.1.	Kualitas Pelayanan	39
5.5.2.	Sumber informasi	39
5.5.3.	Ketersediaan	40
5.5.4.	<i>Feature</i>	40
5.5.5.	Harga	41
5.5.6.	Layanan purna jual	41
5.7.	Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan Klinik Gigi	42
5.8.	Keputusan Produk Sukses dengan <i>Analytical Hierarchy Process</i>	43
5.9.	Faktor Kesuksesan Produk dalam Kanvas Strategi	44
5.10.	Uji Korelasi Indikator Kesuksesan dengan Faktor Penyebab Kesuksesan dengan Indikator Kesuksesan Produk	46
5.11.	Indikator Kesuksesan Laboratorium Klinik	47
5.12.	Perspektif Keuangan Laboratorium Klinik	49
5.12.1.	Growth of Sales	49
5.13.	Perspektif Pelanggan Laboratorium Klinik	49
5.13.1.	Tingkat Pelayanan	51
5.13.2.	Kualitas Pelayanan	51
5.13.3.	Ketersediaan	52
5.13.4.	Iklan	52
5.13.5.	<i>Feature</i>	53
5.13.6.	Tingkat Keamanan	53



5.14.	Perspektif Internal Bisnis Laboratorium Klinik	53
5.14.1	Kualitas Pelayanan	53
5.14.2.	Sumber informasi	54
5.14.2.	Ketersediaan	55
5.14.3.	<i>Feature</i>	55
5.14.4.	Harga	56
5.14.5.	Layanan Purna Jual	56
5.15.	Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan Laboratorium Klinik	57
5.16.	Keputusan Produk Sukses dengan <i>Analytical Hierarchy Process</i>	58
5.17.	Faktor Kesuksesan Produk dalam Kanvas Strategi	60
5.18.	Uji Korelasi Faktor Penyebab Kesuksesan dengan Indikator Kesuksesan Laboratorium Klinik	61
	<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	63
6.1	Kesimpulan	63
6.2	Saran	63
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	65
	<b>LAMPIRAN</b>	67