

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xii
INTISARI	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

BAB III LANDASAN TEORI

3.1. Kesuksesan Produk	8
3.2. Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Tentang Jenis Makanan Apa yang Akan Dimakan	13
3.3. Kanvas Strategi	14
3.4. Statistik	15
3.5. Kuesioner	16
3.6. Skala Sikap Model Likert	16

3.7. Validitas	17
3.8. Reliabilitas	18
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	
4.1. Obyek Penelitian	20
4.2. Tahapan Penelitian	21
4.3. Langkah-Langkah Penelitian	23
4.3.1. Penentuan produk-produk ayam goreng nasional yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta	23
4.3.2. Penentuan produk sukses berdasarkan indikator sukses utama	23
4.3.3. Penentuan produk sukses perspektif jangka pendek	25
4.3.4. Penentuan produk sukses perspektif jangka panjang	26
4.3.5. Pembuatan kanvas strategi	26
4.3.6. Analisis kanvas strategi	27
4.3.7. Penarikan kesimpulan	27
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Penentuan Produk Sukses Berdasarkan Indikator Sukses Utama	28
5.2. Penentuan Produk Sukses Perspektif Jangka Pendek	32
5.2.1. Indikator diluncurkan tepat waktu	32
5.2.2. Indikator <i>speed to market</i>	33
5.3. Penentuan Produk Sukses Perspektif Jangka Panjang	35
5.3.1. Indikator mencapai tujuan pendapatan, mencapai tujuan keuntungan, dan <i>market share</i> diukur dengan variabel jumlah <i>outlet</i>	35
5.3.2. Indikator mencapai tujuan pendapatan, mencapai tujuan keuntungan, dan <i>market share</i> diukur dengan jumlah kebutuhan daging ayam produk ayam goreng nasional di DIY	35
5.4. Kanvas Strategi	39
BAB VI PENUTUP	
6.1. Kesimpulan	45
6.2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	48