

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III LANDASAN TEORI	11
3.1. Segmentasi Pasar	11
3.2. Indikator Kesuksesan Produk	12
3.3. Model Kano	13
3.4. Kanvas Model Bisnis	15

3.5. Koefisien Determinasi	17
BAB IV METODE PENELITIAN	18
4.1. Obyek Penelitian	18
4.2. Tahap Penelitian	22
4.2.1. Penentuan <i>Value Proposition</i>	22
4.2.2. Pengelompokan <i>Value Proposition</i> pada Segmen <i>High-end</i> dan <i>Low-end</i>	22
4.2.3. Pembangunan Alternatif Model Segmen <i>High-end</i> dan <i>Low-end</i>	23
4.2.4. Validasi Model	23
4.2.5. Pemilihan Model	23
4.2.6. Perbandingan Model	23
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	25
5.1. Pembangunan Alternatif Model Segmen <i>High-end</i>	25
5.1.1. Model Alternatif I Segmen <i>High-end</i>	27
5.1.2. Model Alternatif II Segmen <i>High-end</i>	28
5.1.3. Model Alternatif III Segmen <i>High-end</i>	29
5.1.4. Model Alternatif IV Segmen <i>High-end</i>	30
5.2. Pembangunan Alternatif Model Segmen <i>Low-end</i>	31
5.2.1. Model Alternatif I Segmen <i>Low-end</i>	33
5.2.2. Model Alternatif II Segmen <i>Low-end</i>	34
5.2.3. Model Alternatif III Segmen <i>Low-end</i>	35
5.2.4. Model Alternatif IV Segmen <i>Low-end</i>	36
5.2.5. Model Alternatif V Segmen <i>Low-end</i>	37
5.2.6. Model Alternatif VI Segmen <i>Low-end</i>	38
5.2.7. Model Alternatif VII Segmen <i>Low-end</i>	38
5.2.8. Model Alternatif VIII Segmen <i>Low-end</i>	39
5.3. Pemilihan Model	40
5.4. Perbandingan Model	42



BAB VI PENUTUP	44
6.1. Kesimpulan	44
6.2. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	50