



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
INTISARI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
BAB III. LANDASAN TEORI	
3.1. Produk	7
3.2. Parameter Kesuksesan Produk	7
3.3. Market Share	8
3.4. Faktor Penyebab Kesuksesan	8
3.5. Survei Konsumen	9
3.5.1. Kuesioner	10



3.5.2. Uji Kecukupan Data	11
3.6. Validitas	12
3.7. Reabilitas	12
3.8. Analisis Pareto	13
3.9. Kanvas Strategi	13
BAB IV. METODE Riset	
4.1. Objek Penelitian	15
4.1.1. Avast	15
4.1.2. AVG	15
4.1.3. Avira	16
4.1.4. Eset	16
4.1.5. Kaspersky	16
4.1.6. Norton	16
4.1.7. Panda	17
4.1.8. Trend Micro	17
4.2. Waktu dan Lokasi Penelitian	17
4.3. Metode dan Disain Penelitian	17
4.4. Kuesioner	18
4.5. Uji Validitas dan Reabilitas	18
4.6. Alur Penelitian	19
4.6.1. Pendefinisian produk sukses	21
4.6.2. Analisis faktor penyebab sukses	21
4.6.3 Kanvas Strategi	22
4.6.4. Kesimpulan	22
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Penentuan Produk Sukses	23
5.2 Analisis Faktor-faktor Penyebab Kesuksesan	26
5.2.1. Kecepatan peluncuran produk	26
5.2.2. Tingkat Kepuasan (<i>user review</i>) Pelanggan	27



5.2.3. Perbandingan Kinerja Atribut Produk	29
5.2.3.1. Harga lisensi	29
5.2.3.2. Kebutuhan Spesifikasi Komputer	31
5.2.3.3. Fitur	32
5.2.3.4. Rekapitulasi Kinerja Atribut Produk	35
5.2.4. Analisis Persepsi Konsumen	36
5.2.4.1. Uji Validitas dan Reabilitas	36
5.2.4.2. Analisis hasil persepsi konsumen	37
5.3. Kanvas Strategi	39
5.4. Perbandingan Hasil Penelitian	40
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Keseimpulan	41
6.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	43