



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR/SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xiv
INTISARI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III LANDASAN TEORI	7
3.1. Produk Sukses	7
3.1.1. <i>Market Share</i>	8
3.1.2. Merek	8
3.1.3. Harga	8
3.1.4. Kualitas	8
3.1.5. Desain	8
3.1.6. <i>Celebrity Endorser</i>	9
3.1.7. <i>Brand Attitudes</i>	9
3.2. Diagram Pareto	10
3.3. <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	10
3.4. Standardisasi Nilai Data	12
3.5. Model Kano	13
3.6. Uji Determinasi	14



3.7. Uji Validasi	15
BAB IV METODE PENELITIAN	16
4.1. Objek Penelitian	16
4.2. Tahapan Penelitian	18
4.4.1. Menentukan Parameter Kesuksesan Produk	19
4.4.2. Menentukan Merek Sepatu Olahraga yang Sukses	19
4.4.3. Menentukan Faktor-Faktor Kompetisi	19
4.4.4. Mengelompokkan Faktor-Faktor Kompetisi dengan Model Kano	20
4.4.5. Membangun Alternatif Model	20
4.4.6. Melakukan Uji Validasi	20
4.4.7. Menguji dan Memilih Model dengan Menggunakan Koefisien Determinasi	20
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	21
5.1. Parameter Kesuksesan Produk	21
5.2. Faktor-Faktor Kesuksesan Produk	22
5.2.1. Harga (X1)	22
5.2.2. Kualitas (X2)	23
5.2.3. Desain (X3)	25
5.2.4. <i>Endorser</i> (X4)	26
5.3. Pembangunan Model Kano	27
5.3.1. Model Pertama	29
5.3.2. Model Kedua	30
5.3.3. Model Ketiga	31
5.3.4. Model Keempat	32
5.3.5. Model Kelima	33
5.3.6. Model Keenam	33
5.4. Uji Validasi dan Pemilihan Model	34
BAB VI PENUTUP	38
6.1. Kesimpulan	38
6.2. Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	42