

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III LANDASAN TEORI	14
3.1 Produk Harga Tepat	14
3.2 Nilai <i>Intangible</i>	15
3.3 Strategi <i>Pricing</i>	15
3.3.1 <i>Cost-based pricing</i>	16
3.3.2 <i>Competition-based pricing</i>	16
3.3.3 <i>Customer value-based pricing</i>	16
3.4 Klasifikasi Produk	17
3.4.1 Keputusan konsumen dari segi fungsi	17
3.4.2 Keputusan dari segi cara membeli konsumen	17
3.5 Analisis Ekonomi Teknik	18
3.5.1 <i>Capital investment</i>	18
3.5.2 <i>Manufacturing cost</i>	18
3.5.3 <i>General expenses</i>	19
3.6 Brand	19

3.7	Kualitas	21
3.8	Jenis Produk	21
3.9	Model Kano	22
3.10	<i>Multiple Linear Regression</i>	24
3.11	Transformasi Data	24
3.12	Kolineritas	24
3.13	Koefisien Determinasi (R^2)	25
3.14	Validasi Model	25
BAB IV	METODE PENELITIAN	26
4.1	Objek Penelitian	26
4.2	Alat Penelitian	28
4.3	Tahapan Penelitian	28
4.3.1	Pemilihan data	28
4.3.2	Pengumpulan dan pengolahan data nilai <i>intangible</i>	28
4.3.3	Pengumpulan dan pengolahan data faktor <i>intangible</i>	30
4.3.4	Pembangunan model	30
4.3.5	Pemilihan model	30
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
5.1	Penentuan Produk	31
5.2	Nilai <i>Intangible</i>	34
5.3	Variabel Biaya Produksi	35
5.4	Variabel Brand	36
5.5	Variabel Kualitas	37
5.6	Variabel Jenis Produk	39
5.7	Korelasi Variabel	41
5.8	Pembangunan Model	43
5.8.1	<i>Multiple Linear Regression</i> (MLR)	43
5.8.2	Model Kano	43
5.9	Pemilihan Model	44
5.10	Penerapan Model	47
BAB VI	PENUTUP	49
6.1	Kesimpulan	49
6.2	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN		55