

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
BAB III LANDASAN TEORI	17
3.1 Harga	17
3.2 Harga tepat	17
3.3 Strategi Penentuan Harga	18
3.4 Estimasi Biaya Produksi	19
3.1.1 <i>Capital investment</i>	19
3.1.2 <i>Manufacturing Cost</i>	21
3.1.3 <i>General Expenses</i>	21
3.5 Analisis <i>teardown</i>	21

3.6	Nilai <i>Intangible</i>	22
3.7	<i>Ratio Intangible</i>	23
3.8	Metode Tukey	23
3.9	Faktor <i>Intangible</i>	24
3.9.1	<i>Brand</i>	24
3.9.2	Faktor Motivasi	27
3.9.3	Faktor Seni	28
3.10	Model Kano	29
3.11	Produk Fungsional dan Pasca-Fungsional.	31
3.12	Variabel <i>Dummy</i>	31
3.13	Koefisien Determinasi (R^2)	31
3.14	Validasi Silang	32
BAB IV	METODE PENELITIAN	33
4.1	Objek Penelitian	33
4.2	Tahap Penelitian	35
4.2.1	Pemilihan data penelitian	35
4.2.2	Perhitungan biaya total produk	36
4.2.3	Perhitungan nilai <i>intangible</i>	37
4.2.4	Perhitungan nilai <i>ratio intangible</i> (Y)	37
4.2.5	Perhitungan faktor <i>intangible</i>	37
4.2.6	Analisis korelasi	39
4.2.7	Pengelompokkan variabel	39
4.2.8	Pembangunan alternatif model	40
4.2.9	Pemilihan model	40
4.2.10	Perbandingan model	40
4.2.11	Penerapan Model	40
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
5.1	Pemilihan data	42
5.1.1	Pemilihan Data Produk Pasca-Fungsional	42
5.1.2	Pemilihan Data Produk Fungsional	49
5.2	Nilai <i>Intangible</i>	52
5.3	Nilai <i>Ratio Intangible</i>	53

5.4	Analisis Korelasi	54
5.5	Pengelompokan Variabel	55
5.6	Pembangunan Model	56
5.6.1	Model I	56
5.6.2	Model II	58
5.7	Pemilihan Model	59
5.8	Perbandingan Model	59
5.9	Penerapan Model	60
BAB VI PENUTUP		62
6.1	Kesimpulan	62
6.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		63