

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
1.1 Latar Belakang Masalah	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-2
1.3 Asumsi dan batasan masalah	I-3
1.3.1 Batasan masalah	I-3
1.3.2 Asumsi	I-3
1.4 Tujuan Penelitian	I-3
1.5 Manfaat Penelitian	I-3
1.6 Sistematika Penelitian	I-4
BAB II LANDASAN TEORI.....	II-1
2.1 Kesuksesan Produk	II-1
2.2 Regresi Linier Berganda	II-2
2.3 Asumsi Regresi Linier Berganda	II-3
2.4 Uji Kecukupan Data	II-4
2.5 Standarisasi Data	II-8
2.6 Model Kano	II-7
2.7 Koefisien Determinasi	II-9
2.8 <i>Market Share</i>	II-12
2.9 <i>Brand</i>	II-12
2.10 Uji Validasi	II-21
2.11 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	II-14

	2.11	Penelitian terdahulu	II-16
BAB III		METODOLOGI PENELITIAN	III-1
	3.1	Objek Penelitian	III-1
	3.2	Data yang Digunakan	III-1
	3.3	Pengumpulan Data..	III-2
	3.4	Kerangka Penelitian	III-3
	3.5	Pengolahan Data	III-6
BAB IV		HASIL DAN PEMBAHASAN	IV-1
	4.1	Pengumpulan Data Kuesioner <i>Brand</i>	IV-1
	4.2	Parameter Kesuksesan produk	IV-2
	4.3	Faktor-faktor Kesuksesan produk	IV-3
		4.3.1 Harga (X1)	IV-3
		4.3.2 Kualitas (X2)	IV-4
		4.3.3 Desain (X3)	IV-5
		4.3.4 <i>Brand</i> (X4)	IV-7
	4.4	Pembangunan Model kano	IV-9
		4.4.1 Model Pertama	IV-11
		4.4.2 Model Kedua	IV-14
		4.4.3 Model Ketiga	IV-15
	4.5	Koefisien Determinasi	IV-16
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
	5.1	Kesimpulan	V-1
	5.2	Saran	V-1
DAFTAR PUSTAKA			

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Nilai Random Index	II-16
Tabel 2.2	Pengelompokkan Faktor Alternatif (Firda, 2018)	II-17
Tabel 2.3	Penelitian acuan terdahulu	II-18
Tabel 4.1	Data hasil kuesioner penilaian <i>Brand</i>	IV-1
Tabel 4.2	Harga Produk Tas Kulit Alra <i>Lifestyle</i>	IV-3
Tabel 4.3	Jenis Bahan Tas Kulit	IV-4
Tabel 4.4	Nilai Kualitas Tas Kulit	IV-5
Tabel 4.5	Jumlah Motif dan Massa Tas Kulit	IV-6
Tabel 4.6	Nilai Desain Tas Kulit	IV-7
Tabel 4.7	Kecukupan data	IV-8
Tabel 4.8	Daftar Nilai Faktor <i>Brand</i>	IV-8
Tabel 4.9	Nilai <i>Sum of Squared Errors</i> (SSE) Tiap Faktor Kesuksesan	IV-9
Tabel 4.10	Pembagian kategori untuk setiap faktor	IV-10
Tabel 4.11	Alternatif faktor kompetisi model pertama.	IV-11
Tabel 4.11	Data Market Share dan <i>Forecast Model</i>	IV-13
Tabel 4.12	Alternatif faktor kompetisi model kedua.	IV-14
Tabel 4.13	Data Market Share dan <i>Forecast Model</i>	IV-17
Tabel 4.14	Alternatif faktor kompetisi model ketiga	IV-17
Tabel 4.15	Data Market Share dan <i>Forecast Model</i>	IV-18
Tabel 4.16	Nilai R2 Determinasi dari masing-masing model	IV-20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan model kano	II-7
Gambar 2.2 Diagram <i>Top Brand Index</i>	II-21
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	III-4
Gambar 3.2 Diagram Alir Pengolahan Data	III-6
Gambar 4.1 Diagram pareto dari <i>market share</i> (%)	IV-2
Gambar 4.2 Grafik Trend Linier Model Pertama	IV-13
Gambar 4.3 Grafik Trend Linier Model Kedua	IV-15
Gambar 4.4 Grafik Trend Linier Model Ketiga.....	IV-17