

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi, Misi dan Nilai Utama Perusahaan	2
1.1.4 Struktur Organisasi	2
1.1.5 Jenis Produk dan Jasa	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7

1.6	Batasan Masalah.....	7
1.7	Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	8
BAB II.....		9
TINJAUAN PUSTAKA		9
2.1	Landasan Teori.....	9
2.1.1	Pemasaran.....	9
2.1.2	Manajemen Pemasaran	9
2.1.3	Bauran Pemasaran	10
2.1.4	Bauran Produk.....	10
2.1.5	Inovasi Produk	10
2.1.6	Tahapan Inovasi Produk	11
2.1.7	Tujuan Inovasi Produk.....	12
2.1.8	Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.9	Indikator Inovasi Produk.....	14
2.2	Penelitian Terdahulu.....	15
2.3	Kerangka Pemikiran	19
BAB III.....		20
METODE PENELITIAN.....		20
3.1	Pendekatan Penelitian	20
3.2	Jenis Penelitian.....	20
3.3	Variabel Operasional	21
3.4	Tahapan Penelitian	27
3.5	Pengumpulan Data.....	27

3.6	Teknik Analisis Data	32
BAB IV		33
HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Karakteristik Informan.....	33
4.1.1	Kunci Informan dan Teknik Pengumpulan Data	33
4.1.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
4.1.3	Analisis data.....	34
4.2	Hasil Penelitian	35
4.2.1	Keunggulan Relatif.....	35
4.2.2	Kompatibilitas	43
4.2.3	Divisibilitas	50
4.2.4	Komunikabilitas	56
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.3.1	Keunggulan Relatif.....	64
4.3.2	Kompatibilitas	66
4.3.3	Divisibilitas	68
BAB V.....		73
KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan	73
5.1.1	Keunggulan Relatif.....	73
5.1.2	Kompatibilitas	74
5.1.3	Divisibilitas	74
5.1.4	Komunikabilitas	74

5.2	Saran.....	75
	DAFTAR PUSTAKA.....	77
	LAMPIRAN	81