

## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Perbandingan Metode Penyelesaian Masalah .....	30
Tabel III. 1 Kebutuhan Data .....	34
Tabel III. 2 Identifikasi Komponen Sistem Integral .....	38
Tabel IV. 1 Produk-Produk NYFORU.....	40
Tabel IV. 2 Daftar Pertanyaan Data Model Bisnis Saat Ini .....	42
Tabel IV. 3 Daftar Pertanyaan untuk Data Customer Profile .....	56
Tabel IV. 4 Top 50 K-Pop Group Brand Reputation Ranking August 2024.....	61
Tabel IV. 5 Perbandingan Harga dan Sosial Media NYFORU dengan Kompetitor .....	64
Tabel IV. 6 Perbandingan NYFORU dengan Kompetitor Luar Negeri.....	66
Tabel IV. 7 Market Force.....	72
Tabel IV. 8 Industry Force .....	73
Tabel IV. 9 Key Trends.....	73
Tabel IV. 10 Macro-Economic Force .....	74
Tabel IV. 11 Hasil Penilaian Model Bisnis NYFORU Saat Ini.....	75
Tabel IV. 12 Hasil Analisis SWOT Big Picture NYFORU .....	78
Tabel IV. 13 Matriks TOWS dan Strategi Usulan Big Picture NYFORU .....	83
Tabel IV. 14 Usulan Strategi dari Big Picture NYFORU .....	85
Tabel IV. 25 Pain Relievers NYFORU .....	93
Tabel IV. 26 Gain Creators NYFORU.....	94
Tabel IV. 27 Products and Services NYFORU.....	94
Tabel IV. 28 Rekomendasi Grup K-Pop.....	95
Tabel IV. 29 Pengguna Twitter di 3 Negara Terpilih .....	100
Tabel IV. 30 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan .....	101
Tabel V. 1 Estimasi Pendapatan dan Biaya Incremental Alternatif 1 .....	114
Tabel V. 2 Estimasi Pendapatan dan Biaya Incremental Alternatif 2.....	115
Tabel V. 3 Validasi Hasil Rancangan .....	116
Tabel V. 4 Simulasi Keuangan NYFORU Alternatif 2 Setelah Validasi .....	119

Tabel V. 5 Rekomendasi Grup K-Pop untuk Tambahan Variasi Produk NYFORU  
.....121