

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	5
I.3 Tujuan Penelitian .....	5
I.4 Batasan Penelitian .....	5
I.5 Manfaat Penelitian .....	6
I.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
II.1 Harga .....	8
II.2 Metode Penetapan Harga .....	9
II.3 <i>Value-Based Pricing</i> .....	9
II.4 <i>Customer Value Map</i> .....	11
II.5 <i>Customer Willingness to Pay</i> .....	12
II.6 <i>Price Sensitivity Meter</i> .....	13
II.7 Penelitian Terdahulu .....	13
II.7.1 Studi Mengenai Desain dan Implementasi <i>Activity Based Pricing</i> pada Aplikasi Penetapan Harga Jual Produk Jasa PT. Telkom .....	13
II.7.2 Studi Penentuan Harga Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> pada CV Optik Lanamai.....	14
II.7.3 Studi Mengenai Aplikasi Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Process Costing</i> (Studi Kasus : Donat Madu Cihanjuang Cimahi) .....	15
II.7.4 Studi Mengenai Evaluasi Besaran Tarif Telkom Speedy dengan Metode <i>Value Based Pricing</i> .....	15
II.7.5 Kesimpulan Penelitian Terdahulu .....	16

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
III.1	Model Konseptual .....	17
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah .....	19
III.2.1	Studi Pendahuluan.....	22
III.2.2	Tahapan Pendahuluan .....	23
III.2.3	Tahap Pengumpulan Data .....	24
III.2.4	Pengolahan Data.....	27
III.2.5	Tahap Rekomendasi Harga .....	30
III.2.6	Kesimpulan dan Saran.....	30
<b>BAB IV</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>31</b>
IV.1	Tahap Persiapan dan Pengumpulan Data .....	31
IV.1.1	Karakteristik Produk Tirta One.....	31
IV.1.2	Karakteristik Produk Kompetitor.....	33
IV.2	Perancangan Kuesioner .....	34
IV.2.1	Pemilihan Atribut dan Variabel Kuesioner .....	34
IV.2.2	Penyusunan Kuesioner .....	36
IV.2.3	Uji Validitas Isi .....	36
IV.2.4	Pretest.....	37
IV.2.5	Validitas Konstruk .....	38
IV.2.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
IV.2.7	Identifikasi Sampel Penelitian.....	40
IV.3	Penyebaran dan Pengumpulan Data.....	41
IV.4	Pengolahan Data.....	42
IV.4.1	Uji Reliabilitas .....	42
IV.4.2	Karakteristik Responden .....	43
IV.4.3	Penentuan <i>Customer Value Map</i> .....	46
IV.4.4	Penentuan Harga pada <i>Customer Willingness to Pay</i> .....	48
IV.4.5	<i>Price Sensitivity Meter</i> .....	49
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DATA.....</b>	<b>52</b>
V.1	Analisis <i>Customer Value Map</i> .....	52
V.1.1	<i>Customer Value Map</i> Kualitas Produk Tirta One dan Produk Kompetitor Amidis.....	52
V.1.2	<i>Customer Value Map</i> Fitur Produk Tirta One dan Produk Kompetitor Amidis.....	53
V.1.3	<i>Customer Value Map</i> Desain Produk Tirta One dan Produk Kompetitor Amidis.....	53
V.1.4	<i>Customer Value Map Brand</i> Produk Tirta One dan Produk Kompetitor Amidis.....	54
V.2	Analisis <i>Customer Willingness to Pay</i> .....	54
V.2.1	<i>Customer Willingness to Pay</i> Harga Galon Perdana Tirta One .....	54

V.2.2	<i>Customer Willingness to Pay</i> Harga Galon Isi Ulang Tirta One .....	55
V.3	Penentuan Strategi Harga .....	55
V.3.1	Penentuan Strategi Harga Galon Perdana Produk Tirta One ...	56
V.3.2	Penentuan Strategi Harga Galon Isi Ulang Produk Tirta One .	57
V.4	Rekomendasi Besaran Usulan Harga .....	58
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>62</b>
VI.1	Kesimpulan .....	62
VI.2	Saran.....	62
VI.2.1	Saran Untuk Perusahaan .....	62
VI.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>64</b>