

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Visi dan Misi Saruhan	1
1.1.2 Logo	2
1.1.3 Produk Saruhan	3
1.1.4 Struktur Organisasi	4
1.2 Latar Belakang penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Teori Penelitian Terdahulu	23
2.1.1 Inovasi Produk	23
2.1.3 User Persona.....	31
2.1.4 <i>Customer Journey Map</i>	32
2.1.5 <i>House of Quality</i>	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis Penelitian	50
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi dan Sampel	58

3.4.1 Situasi Sosial.....	58
3.4.2 Sampel.....	58
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	59
3.5.1 Wawancara	59
3.5.2 Observasi.....	60
3.5.3 Dokumentasi	60
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Karakteristik Narasumber	66
4.1.1 World Cloud NVivo.....	67
4.1.2 Tree Map.....	68
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 User Persona.....	70
4.2.2 Customer Journey Map.....	73
4.2.3 Value Proposition.....	79
4.2.4 House of Quality.....	104
4.3 Pembahasan dan Hasil Penelitian	115
4.3.1 User Persona.....	115
4.3.2 Customer Journey	117
4.3.3 Value Proposition.....	120
4.3.4 House of Quality.....	121
4.4 Hasil Strategi.....	125
BAB V PENUTUP.....	134
5.1 Kesimpulan	134
5.2 Saran	135
5.2.1 Saran untuk bisnis Saruhan	135
5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya	136
5.3 Implikasi bagi Tim Saruhan	136
5.3.1 Chief Executive Officer	136
5.3.2 Chief Financial Officer	136
5.3.3 Chief Marketing Officer.....	136

5.3.4 Chief Technology Officer	136
5.3.5 Chief Operation Officer	137
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN.....	144