

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEWAN PENGUJI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
PERNYATAAN PERUSAHAAN/ORGANISASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN ABSTRAK DAN <i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>1.5 Batasan Penelitian</b> .....	6
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	6
KAJIAN TEORI.....	9
<b>2.1 Produk dan Produk Baru</b> .....	9
<b>2.2 Stage-Gate Coopers</b> .....	10
<b>2.3 <i>Customer Needs and Behavior Needs</i></b> .....	14
<b>2.4 Market Segment Size and Growth Size</b> .....	19
<b>2.5 <i>Macro Trends</i></b> .....	20
<b>2.6 <i>Opportunity for Competitive Advantage</i></b> .....	22
<b>2.7 <i>Firm and Competitors Capabilities and Resources</i></b> .....	23
<b>2.8 <i>Industry Analysis Porter's 5 Forces</i></b> .....	23
<b>2.9 <i>Market Attractiveness Factors</i></b> .....	26
<b>2.10 <i>Competitive Position Factors</i></b> .....	27
<b>2.11 <i>Marketing Mix</i></b> .....	28
<b>2.12 <i>Kerangka Analisis</i></b> .....	29

METODOLOGI PENELITIAN .....	35
<b>3.1    Desain dan Model Penelitian</b> .....	35
<b>3.2    Jenis dan Sumber Data</b> .....	36
<b>3.3    Teknik Pengumpulan Data</b> .....	36
<b>3.4    Teknik Pengolahan Data</b> .....	38
<b>3.5    Kebutuhan Data</b> .....	39
<b>3.6    Daftar Pertanyaan Wawancara</b> .....	40
<b>3.7    Struktur Pertanyaan Kuesioner</b> .....	41
PROFIL PERUSAHAAN .....	44
<b>4.1    Profil Perusahaan</b> .....	44
<b>4.2    Visi dan Misi</b> .....	44
<b>4.3    Struktur Organisasi</b> .....	44
<b>4.4    Produk</b> .....	46
LAPORAN HASIL PENELITIAN .....	47
<b>5.1    Uji Validitas Kuesioner</b> .....	47
<b>5.2    Uji Reliabilitas Kuesioner</b> .....	50
<b>5.3    Laporan Hasil Penelitian</b> .....	50
<b>5.3.1    Profil Responden</b> .....	50
<b>5.3.2    Family Decision Making (FDM)</b> .....	55
<b>5.3.3    Customer Decision Making Process</b> .....	64
<b>5.4    Analisis Family Decision Making</b> .....	81
<b>5.5    Analisis Consumer Decision Making</b> .....	83
ANALISIS STAGE-GATE .....	85
<b>6.1    Discovery</b> .....	85
<b>6.2    Gate 1 (Idea Screen)</b> .....	86
<b>6.3    Stage 1 (Scoping)</b> .....	93
<b>6.3.1    Customer Needs and Behavior Needs</b> .....	93
<b>6.3.2    Analisis Market Segment Size and Growth Size</b> .....	94
<b>6.3.3    Analisis Macro Trends</b> .....	96
<b>6.3.4    Analisis Market Attractiveness Factors</b> .....	98
<b>6.4    Gate 2 (Second Screen)</b> .....	99
<b>6.5    Stage 2 (Business Case)</b> .....	101
<b>6.5.1    Analisis Opportunity for Competitive Advantage</b> .....	101

6.5.2	<i>Analisis Firm and Competitors Capabilities and Resources</i> .....	104
6.5.3	<i>Analisis Industri Porter's 5 Forces</i> .....	106
6.5.4	<i>Analisis Competitive Position Factors</i> .....	120
6.6	<i>Gate 3 ( Go to Develop)</i> .....	121
6.6.1	<b>Financial Analysis</b> .....	122
6.6.2	<i>Development Plan (Rencana Pengembangan)</i> .....	123
6.6.3	<i>Preliminary Operations (Kegiatan Awal Operasi)</i> .....	124
6.6.4	<i>Marketing Plan (Rencana Pemasaran)</i> .....	125
6.7	<i>Stage 3 (Development)</i> .....	131
6.8	<i>Gate 4 (Go to Test)</i> .....	134
6.9	<i>Stage 4 (Testing)</i> .....	136
6.10	<i>Gate 5 (Go to Launch)</i> .....	138
6.11	<i>Stage 5 (Launch)</i> .....	138
6.12	<i>Post Launch Review</i> .....	141
KESIMPULAN DAN SARAN IMPLEMENTASI .....		143
7.1	<b>Kesimpulan</b> .....	143
7.2	<b>Saran Implementasi</b> .....	144
DAFTAR RUJUKAN .....		146
Lampiran 1.....		149
Lampiran 2.....		150
Lampiran 3.....		151
Lampiran 4.....		157
Lampiran 5.....		160
Lampiran 6.....		162

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Proyeksi Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2010-2019 (Dalam Ribuan).....	3
Tabel 2. Kebutuhan Data.....	39
Tabel 3. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	40
Tabel 4. Struktur Pertanyaan Kuesioner.....	41
Tabel 5. Uji Validitas Kuesioner.....	47
Tabel 6. Uji Validitas Kuesioner <i>Family Decison Making</i> .....	48
Tabel 7. Uji Validitas Kuesioner <i>Customer Decison Making</i> .....	49
Tabel 8. Uji Validitas Kuesioner <i>Willingness To Pay</i> .....	49
Tabel 9. Uji Reliabilitas Kuesioner.....	50
Tabel 10. Profil Responden Berdasarkan Usia Anak.....	53
Tabel 11. <i>Gate 1 (Idea Screen)</i> .....	90
Tabel 12. Tabel <i>Pair Comparison Market Attractiveness Factors</i> .....	96
Tabel 13. Tabel <i>Market Attractiveness Factors</i> .....	97
Tabel 14. Tabel <i>Payback Period</i> Produk Baju Pesta Adat Anak.....	97
Tabel 15. Tabel <i>Payback Period</i> Produk Baju Pesta Anak.....	98
Tabel 16. Tabel <i>Pair Comparison Competitive Position Factors</i> .....	118
Tabel 17. Tabel <i>Competitive Position Factors</i> .....	118
Tabel 18. Perhitungan <i>Net Operating Cash Flow</i> Baju Anak.....	119
Tabel 19. Perhitungan <i>Net Present Value</i> .....	120
Tabel 20. <i>Segmenting</i> Produk Pakaian Anak PT. Butikpedia.....	123
Tabel 21. <i>Target Market</i> Produk PT. Butikpedia.....	124
Tabel 22. <i>Timeline</i> Rencana Pengembangan.....	129

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Proses Pengambilan Keputusan Rumah Tangga untuk Produk Anak.....	15
Gambar 2. <i>Limited Decision Making</i> .....	19
Gambar 3. Kerangka Analisis.....	34
Gambar 4. Struktur Organisasi PT. Butikpedia.....	45
Gambar 5. Proses <i>Discovery</i> .....	84
Gambar 6. <i>Gate 1 (Idea Screen)</i> .....	84
Gambar 7. <i>Stage 1 (Scoping)</i> .....	92
Gambar 8. <i>Gate 2 (Second Screen)</i> .....	98
Gambar 9. <i>Stage 2 (Business Case)</i> .....	99
Gambar 10. <i>Gate 3 ( Go to Develop)</i> .....	119
Gambar 11. Rencana Pengembangan Produk.....	121
Gambar 12. <i>Range of Pricing</i> .....	126
Gambar 13. <i>Stage 3 (Development)</i> .....	129
Gambar 14. Proses Pembuatan <i>Sample Product</i> .....	131
Gambar 15. Contoh Produk Baju Pesta Anak PT. Butikpedia.....	131
Gambar 16. <i>Gate 4 (Go to Test)</i> .....	132
Gambar 17. <i>Stage 4 (Testing)</i> .....	133
Gambar 18. <i>Gate 5 (Go to Launch)</i> .....	135
Gambar 19. <i>Stage 5 (Launch)</i> .....	136
Gambar 20. <i>Post Launch Review</i> .....	138

## DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1. Penjualan PT. Butikpedia 2014-2016 (dalam jutaan Rupiah).....	2
Grafik 2. Profil Responden Berdasarkan Posisi Responden Dalam Keluarga.....	50
Grafik 3. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	51
Grafik 4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Grafik 5. Profil Responden Berdasarkan Wilayah Geografis.....	52
Grafik 6. <i>Inisiator</i> Dalam Keluarga Untuk Membeli Baju Baru Untuk Anak.....	54
Grafik 7. Perbandingan <i>Inisiator</i> Pembelian Pakaian Anak Antara di Pedesaan dan Perkotaan.....	54
Grafik 8. Perbandingan <i>Inisiator</i> Pembelian Pakaian Anak Antar Tingkat Pendapatan Keluarga.....	55
Grafik 9. Perbandingan <i>Inisiator</i> Pembelian Pakaian Anak Antar Segmentasi Umur Konsumen.....	56
Grafik 10. <i>Influencer</i> yang mempengaruhi anak dalam menentukan model baju anak yang disukainya.....	57
Grafik 11. Perbandingan <i>Influencer</i> untuk Menentukan Model Baju Anak yang Disukainya Antara Keluarga di Perkotaan dan Pedesaan.....	58
Grafik 12. Media Pencarian Informasi Model-Model Pakaian Anak Sebelum Melakukan Pembelian.....	58
Grafik 13. Perbandingan Media Pencarian Informasi Model-Model Pakaian Anak Sebelum Melakukan Pembelian Antara Keluarga di Kota dan Desa.....	59
Grafik 14. Anggota Keluarga yang Paling menentukan Pembelian Baju Anak.....	59
Grafik 15. Perbandingan Anggota Keluarga yang Paling menentukan Pembelian Baju Anak Antara Keluarga di Perkotaan dan Pedesaan.....	60
Grafik 16. Perbandingan Anggota Keluarga yang Paling menentukan Pembelian Baju Anak Antara Keluarga di Perkotaan dan Pedesaan.....	61
Grafik 17. Perbandingan Anggota Keluarga yang Paling menentukan Pembelian Baju Anak Berdasarkan Pendapatan Keluarga.....	61
Grafik 18. <i>Inisiator</i> pembelian Baju Dalam Keluarga.....	62
Grafik 19. Perbandingan <i>Inisiator</i> Pembelian Pakaian Anak Antara di Pedesaan dan Perkotaan.....	63

Grafik 20. Perbandingan Inisiator Pembelian Pakaian Anak Antar Tingkat Pendapatan Keluarga.....	64
Grafik 21. Perbandingan Inisiator Pembelian Pakaian Anak Antar Segmentasi Umur Konsumen.....	65
Grafik 22. Media Pencarian Informasi Model-Model Pakaian Anak Sebelum Melakukan Pembelian.....	66
Grafik 23. Perbandingan Media Pencarian Informasi Model-Model Pakaian Anak Sebelum Melakukan Pembelian Antara Keluarga di Kota dan Desa.....	66
Grafik 24. <i>Evaluation of of Alternative: Harga</i> .....	67
Grafik 25. <i>Evaluation of Alternative: Model</i> .....	68
Grafik 26. <i>Evaluation of Alternative: Bahan/Material</i> .....	68
Grafik 27. <i>Evaluation of Alternative: Warna dan Motif</i> .....	69
Grafik 28. <i>Evaluation of Alternative: Merek</i> .....	70
Grafik 29. <i>Agregat Evaluation of Alternative Baju Anak</i> .....	70
Grafik 30. Media Pembelian Baju Anak.....	71
Grafik 31. Perbandingan Media Pembelian Baju Anak Berdasarkan Usia Konsumen.....	71
Grafik 32. Perbandingan Media Pembelian Baju Anak Berdasarkan Pendapatan Keluarga.....	72
Grafik 33. Perbandingan Media Pembelian Baju Anak Berdasarkan Kondisi Wilayah Konsumen.....	73
Grafik 34. Media Pembelian Baju Anak Secara <i>Online</i> .....	74
Grafik 35. Perbandingan Media Pembelian Baju Anak Secara <i>Online</i> Antara Perkotaan dan Pedesaan.....	75
Grafik 36. Perbandingan Media Pembelian Baju Anak Secara <i>Online</i> Berdasarkan Pendapatan Konsumen.....	76
Grafik 37. Perbandingan Media Pembelian Baju Anak Secara <i>Online</i> Berdasarkan Usia Konsumen.....	76
Grafik 38. Perbandingan Harga Tiap Model.....	77
Grafik 39. Minat Konsumen Terhadap Produk Pakaian Anak PT. Butikpedia.....	78
Grafik 40. Perbandingan <i>Experience dan Intention to Purchase</i> Produk PT. Butikpedia.....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Penelitian Pendahuluan Manajemen Terhadap Potensi Produk <i>Fashion</i> Pakaian Anak.....	145
Lampiran 2. Data Perhitungan Populasi.....	146
Lampiran 3. Risalah Rapat Akhir Tahun Perusahaan 2016.....	147
Lampiran 4. Transkrip Wawancara.....	153
Lampiran 5. Trankrip Wawancara.....	156
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Pengusaha Pakaian.....	158