

DAFTAR ISI

Bab 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Industri Produk Perawatan Pribadi (<i>Personal Care</i>)	1
1.1.2 Tren Produk Perawatan Pribadi (<i>Personal Care</i>)	3
1.1.3 Gaya Hidup <i>New Normal</i>	6
1.1.4 Kompetitor Deorex	8
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
Bab 2	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Personal Care.....	15
2.3 Kualitas Produk	18
2.3.1 Dimensi Kualitas.....	18
2.3.2 Zero Defects.....	19
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan	20
2.4 Pengembangan Produk dan Perusahaan	21
2.5 Kerangka Pemikiran	22
Bab 3	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	36

3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.6 Pengujian Alat Ukur	37
3.7 Metode Analisis Data	38
Bab 4	42
4.1 Deorex <i>Body Odorizer</i>	42
4.1.1 Strategi Pemasaran Deorex	44
4.2 Model Pengukuran	44
4.2.1 Uji Validitas	44
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....	45
4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	49
4.2.2 Uji Reliabilitas	52
4.2.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	52
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	53
4.3 Analisa Karakteristik Responden	53
4.3.1 Pertanyaan Demografis.....	53
4.3.2 Pertanyaan Perilaku Pelanggan.....	58
4.4 Analisis <i>Gap</i>	62
4.5 Importance Performance Analysis	67
4.5.1 Analisis Importance Performance Matrix.....	67
4.5.2. Analisis Kepentingan dan Kinerja	69
4.5.3 Analisis Diagram Kartesius	70
4.5.4 Usulan Rancangan Perbaikan Produk Deorex.....	75
Bab 5	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	85
5.2.1 Saran untuk Deorex	85

5.2.2 Saran untuk UMKM	86
5.2.3 Saran untuk penelitian selanjutnya	86
Daftar Pustaka	87

