

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN SCAN KTM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Bagi Mahasiswa.....	6
1.4.3 Bagi Fakultas dan Universitas Airlangga	7
1.5 Rancangan kegiatan praktik kerja Lapangan	7
1.5.1 Subjek Praktik Kerja Lapangan	7
1.5.2 Objek Praktik Kerja Lapangan	7
1.5.3 Tabel Kegiatan Praktek Kegiatan Tugas Akhir	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Profil Perusahaan.....	9
2.2 Sejarah Perusahaan.....	9
2.3 Visi, Misi, dan Komitmen Perusahaan	11
2.3.1 Visi	11
2.3.2 Misi	11
2.3.3 Komitmen	11
2.4 Logo Perusahaan	11
2.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	13
2.5.1 Fungsi Divisi pada Struktur Organisasi	13
2.6 Produk – Produk Perusahaan	17

BAB III PEMBAHASAN	20
3.1 Landasan Teori	20
3.1.1 Pemasaran	20
3.1.2 Produk	23
3.1.2.1 Komponen Produk	23
3.1.2.2 Kualitas Produk	24
3.1.3 Siklus Hidup Produk.....	26
3.1.4 Pengembangan Produk	30
3.1.4.1 Produk Baru	31
3.1.4.2 Tujuan Pengembangan Produk	33
3.1.4.3 Tahap-Tahap Pengembangan Produk.....	34
3.1.4.4 Faktor- Faktor Pendorong Melakukan Pengembangan Produk.....	37
3.1.5 Segmentasi Pasar	39
3.1.6 Hubungan Pengembangan Produk dengan Segmentasi Pasar.....	41
3.2 Hasil Dan Pembahasan	42
3.3.1 Kinerja Inovasi Pengembangan Produk Pada PT. Campina Ice Cream Industry, Tbk.....	42
3.3.1.1 Pengumpulan Ide	48
3.3.1.2 Perencanaan	49
3.3.1.3 Riset Pasar	50
3.3.1.4 Penambahan Bahan.....	54
3.3.1.5 Penambahan Peralatan	55
3.3.1.6 Pengembangan Produk	56
3.3.1.6.1 Pengembangan Produk Pada Tahun 2000	59
3.3.1.6.2 Pengembangan Produk Pada Tahun 2012	73
3.3.1.6.3 Pengembangan Produk Pada Tahun 2017	81
3.3.1.6.4 Pengembangan Produk Pada Tahun 2017-2018.....	86
3.3.1.7 Pengujian Produk Tahap I	93
3.3.1.8 Pengujian Produk Tahap II.....	97
3.3.1.9 Pengujian Produk Tahap III.....	97
3.3.1.10 Uji pemasaran	99

