

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus, 2002, Manajemen produksi pengendalian produksi, BPFE, Yogyakarta
- Angipora, P Marius, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran I*, Raja Grafindo Persada, Jakarta;
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, PT, Rineka Cipta, Jakarta;
- Chandra, Gregorius, 2002, *Strategi Program Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta;
- Cooper, Donald, R and Pamela, S. Schindler, 2006, *Metode Rised Bisnis Volume 1*, PT. Global Edukasi, Jakarta
- Furqon, 2002, *Statistika Terapan untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung;
- Ghozali, Imam. 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro;
- Gitosudarmo, Indriyo, 2002, Manajemen Operasi, FPFE, Yogyakarta
- Handoko, Hani, T. 1999, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Heizer, Jay and Barry Render, 2004, *Manajemen Operasi Buku I, dan II*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Johs and Harding, 2002, Manajemen Operasi untuk meraih keunggulan kompetitif, PPM, Yogyakarta
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, Prenhalindo, Jakarta;
- Render, Barry & Heizer, Jay, 2001, *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Soepeno, Bambang, 2004: *Statistik Terapan dalam Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Penerbit Aneka Cipta, Jakarta
- Sugiyono, 2003, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan kelima, Alfabeta, Bandung;
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Swastha, Basu & Irawan, 2005, *Menejemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

## Lampiran 1

**PENJABARAN FOKUS PENELITIAN**

| No. | Pokok Bahasan            | Aspek                            | Indikator  | Sumber Data   | Metode Pengumpulan Data               |
|-----|--------------------------|----------------------------------|--|---|---------------------------------------|
| 2.  | Pengembangan produk baru | Langkah pengembangan produk baru | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ide/pencarian gagasan</li><li>2. penyaringan ide</li><li>3. pengembangan dan pengujian konsep</li><li>4. pengembangan strategi pemasaran</li><li>5. Analisis bisnis</li><li>6. Pengembangan produk</li><li>7. Pengujian pasar</li><li>8. komersialisasi</li></ol> | Bagian produksi, marketing, HRD, <i>merchandise</i> | Observasi, wawancara, dan dokumentasi |

## Lampiran 2

## PEDOMAN WAWANCARA

| No | Pokok Bahasan            | Kisi-kisi wawancara   | Sumber                                 |
|----|--------------------------|---|--|
| 1  | Pengembangan produk baru | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dari siapa ide pembuatan produk baru</li> <li>2. apa yang dilakukan PT. Sritex dalam penyaringan ide/gagasan</li> <li>3. atas dasar pertimbangan apa ide tersebut dipergunakan dalam pengembangan produk baru</li> <li>4. Bagian-bagian apa yang terkait dengan penyaringan produk</li> <li>5. bagaimana langkah yang dilakukan oleh PT. stritex dalam pengujian konsep</li> <li>6. bagian apa yang melaksanakan pengujian konsep mengambangan</li> <li>7. bagaimana prosedur mendasain produk baru</li> <li>8. Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan dalam pengembangan strategi pemasaran</li> <li>9. bagian apa yang terkait dengan pengambangan strategi pemasaran</li> <li>10. atas dasar apa strategi pemasaran ditetapkan</li> <li>11. Bagaimana cara perusahaan melakukan analisa bisnis</li> <li>12. bagian apa yang terlibat dengan analisa bisnis</li> <li>13. apa saja yang dianalisa dalam analisa bisnis</li> <li>14. Bagaimana pelaksanaan pengembangan produk, dan bagian apa yang terlibat dalam pengembangan produk</li> <li>15. Bagaimana caranya perusahaan melakukan pengujian pasar</li> <li>16. siapa yang melakukan pengujian pasar</li> <li>17. bagaimana pelaksanaan komersialisasi pengembangan produk baru</li> <li>18. kapan dan bagaimana perusahaan melakukan <i>lounching</i> produk baru</li> </ol> | Bagian produksi, bagian pemasaran, HRD |