

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Perbandingan Metode Penyelesaian Masalah	30
Tabel III. 1 Kebutuhan Data	34
Tabel III. 2 Identifikasi Komponen Sistem Integral	38
Tabel IV. 1 Produk-Produk NYFORU.....	40
Tabel IV. 2 Daftar Pertanyaan Data Model Bisnis Saat Ini	42
Tabel IV. 3 Daftar Pertanyaan untuk Data Customer Profile	56
Tabel IV. 4 Top 50 K-Pop Group Brand Reputation Ranking August 2024.....	61
Tabel IV. 5 Perbandingan Harga dan Sosial Media NYFORU dengan Kompetitor	64
Tabel IV. 6 Perbandingan NYFORU dengan Kompetitor Luar Negeri.....	66
Tabel IV. 7 Market Force.....	72
Tabel IV. 8 Industry Force	73
Tabel IV. 9 Key Trends.....	73
Tabel IV. 10 Macro-Economic Force	74
Tabel IV. 11 Hasil Penilaian Model Bisnis NYFORU Saat Ini.....	75
Tabel IV. 12 Hasil Analisis SWOT Big Picture NYFORU	78
Tabel IV. 13 Matriks TOWS dan Strategi Usulan Big Picture NYFORU	83
Tabel IV. 14 Usulan Strategi dari Big Picture NYFORU	85
Tabel IV. 25 Pain Relievers NYFORU	93
Tabel IV. 26 Gain Creators NYFORU.....	94
Tabel IV. 27 Products and Services NYFORU.....	94
Tabel IV. 28 Rekomendasi Grup K-Pop.....	95
Tabel IV. 29 Pengguna Twitter di 3 Negara Terpilih	100
Tabel IV. 30 Analisis Perbandingan Model Bisnis Saat Ini dengan Model Bisnis Usulan	101
Tabel V. 1 Estimasi Pendapatan dan Biaya Incremental Alternatif 1	114
Tabel V. 2 Estimasi Pendapatan dan Biaya Incremental Alternatif 2.....	115
Tabel V. 3 Validasi Hasil Rancangan	116
Tabel V. 4 Simulasi Keuangan NYFORU Alternatif 2 Setelah Validasi	119

Tabel V. 5 Rekomendasi Grup K-Pop untuk Tambahan Variasi Produk NYFORU
.....121