

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
RIWAYAT HIDUP.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Pemasaran	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.2. Tujuan Pemasaran	6
2.1.3. Konsep Pemasaran	6
2.1.4. Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>)	7
2.1.5. Tujuan Strategi Pemasaran.....	8
2.1.6. Langkah-Langkah Penerapan Segmentasi Pasar.....	8
2.1.7. Penetapan Pasar Sasaran (<i>Target Market</i>)	9
2.1.8. Penempatan Produk (<i>Product Positioning</i>).....	10
2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	10
2.2.1. Uji Validitas	10

2.2.2.	Uji Reliabilitas	12
2.3.	Teori Permainan (<i>Game Theory</i>).....	13
2.3.1.	Unsur – Unsur dan Fungsi Teori Permainan.....	15
2.3.2.	Permainan Berjumlah Nol dari Dua Pemain.....	16
2.3.3.	Kriteria Maksimin-Minimaks.....	18
2.3.4.	Jenis Permainan.....	18
2.3.5.	Penyelesaian Dengan Pemograman Linear.....	20
2.3.6.	Matriks Teori Permainan.....	23
2.4.	Tools.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2.	Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.2.1.	Uji Kecukupan Data.....	25
3.3.	Identifikasi Variabel Penelitian	26
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.1.	Pengumpulan Data Kualitatif.....	27
3.4.2.	Pengumpulan Data Kualitatif.....	28
3.5.	Prosedur Penelitian.....	29
3.6.	Diagram Alur Penelitian.....	31
BAB IV		32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	32
4.1.1.	Validitas Instrumen	32
4.1.2.	Uji Reabilitas Instrumen	33
4.2.	Pengolahan Data Teori Permainan	34
BAB V PENUTUP.....		37
5.2.	Kesimpulan.....	37
5.2	Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA		38