

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	ii
<b>PENGESAHAN</b>	iii
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b>	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	x
<b>DAFTAR TABEL</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xiv
<b>INTISARI</b>	xv
<b>ABSTRACT</b>	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Asumsi dan Batasan	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	6
2.1 Efek Tata Letak terhadap Kepuasan dan Persepsi Konsumen	6
2.2 Manajemen Tata Letak Ruang <i>Display</i>	9
2.2.1 <i>Manajemen Tata Letak Toko Ritel Tingkat Makro</i>	12
2.2.3 <i>Manajemen Tata Letak Toko Ritel Tingkat Mikro</i>	16
2.3 Perancangan Tata Letak Fasilitas dan Toko Ritel	18
2.4 Sistem Pendukung Keputusan pada Toko Ritel	19
2.5 <i>Research Gap</i>	21
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	24
3.1 Tata Letak Fasilitas	24
3.1.1 Perencanaan Tata Letak Fasilitas	24

3.1.2 Perancangan Tata Letak Fasilitas	25
3.1.3 <i>Systematic Layout Planning (SLP)</i>	26
3.1.4 Model dan Algoritma Permasalahan Tata Letak Fasilitas	30
3.2 Toko Ritel	33
3.3 Tata Letak Toko Ritel	35
3.4 Sistem Pendukung Keputusan	40
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	44
4.1 Jenis Penelitian	44
4.2 Objek Penelitian	45
4.3 Alat dan Bahan Penelitian	45
4.3.1 Alat	45
4.3.2 Bahan	45
4.4 Tahapan Penelitian	45
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	49
5.1 Tata Letak Toko Ritel Saat Ini	49
5.2 Model Konseptual	51
5.2.1 <i>Indexes</i>	64
5.2.2 <i>Input Parameters</i>	65
5.2.3 <i>Decision Variables</i>	67
5.2.4 <i>Objectives Functions</i>	68
5.2.5 <i>Constraints</i>	70
5.3 Perancangan Sistem Pendukung Keputusan	72
5.4 Verifikasi dan Validasi Sistem	79
5.5 <i>Output</i> Sistem Pendukung Keputusan	84
<b>BAB VI PENUTUP</b>	87
6.1 Kesimpulan	87
6.2 Saran	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	90
<b>LAMPIRAN</b>	94