

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR / SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
INTISARI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.1.1 Tujuan Optimalisasi Harga.....	2
1.1.2 Manfaat Optimalisasi Harga.....	2
1.1.3 Manfaat penggunaan metode <i>Fuzzy Logic</i> dalam optimalisasi harga.....	3
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Bagi Perusahaan.....	4
1.4.2 Bagi Peneliti.....	4
1.5 Batasan Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Menggunakan Elastisitas Permintaan.....	6
2.2 Penelitian Menggunakan <i>Fuzzy Programming</i>	7

BAB III LANDASAN TEORI

3.1 Elastisitas Permintaan.....	8
3.2 Metode <i>Fuzzy Logic</i>	9
3.3 Optimasi harga pada <i>Average Room Rate</i>	10
3.2.1 Variabel Penelitian.....	11
3.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi dinamika harga.....	12
3.2.3 Rumusan Harga Optimal.....	12
3.4 Metode <i>Fuzzy Logic</i>	13
3.4.1 Diagram alir metode <i>Fuzzy Logic</i> menggunakan <i>Toolbox</i> Matlab.....	13
3.4.2 Langkah-langkah metode <i>Fuzzy Logic</i> menggunakan <i>Toolbox</i> Matlab.....	14

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Diagram Alir Penelitian.....	15
4.2 Metode Pengumpulan Data.....	17
4.3 Sumber Data.....	17
4.4 Metode Pengolahan Data.....	17

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil perhitungan optimasi harga menggunakan metode elastisitas permintaan.....	27
5.1.1 Elastisitas permintaan yang didapatkan melalui perhitungan.....	27
5.1.2 Perhitungan total revenue baru menggunakan elastisitas permintaan.....	29
5.2 Hasil terbaik dari Simulasi tanpa <i>Customer Perception</i>	30
5.2.1 Simulasi tahun 2008.....	30
5.2.2 Analisis <i>error</i> menggunakan uji-t.....	33
5.2.3 Analisis <i>error</i> menggunakan <i>Mean Percentage Error</i> (MPE).....	34
5.2.4 Analisis <i>error</i> menggunakan <i>Mean Absolute Percentage Error</i> (MAPE).....	36
5.2.5 Simulasi tahun 2009.....	37
5.2.6 Analisis <i>error</i> menggunakan uji-t.....	40
5.2.7 Analisis <i>error</i> menggunakan <i>Mean Percentage Error</i> (MPE).....	41

5.2.8 Analisis <i>error</i> menggunakan <i>Mean Absolute Percentage Error</i> (MAPE).....	43
5.3 Analisis Sampel menggunakan Uji Kecukupan Data.....	44
5.4 Analisis Rata-rata perbedaan harga yang diinginkan konsumen terhadap harga yang diberikan produsen.....	45
5.5 Hasil terbaik dari Simulasi dengan <i>Customer Perception</i>	45
5.5.1 Simulasi tahun 2008.....	45
5.5.2 Simulasi tahun 2009.....	48
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	50
6.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	54