UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PROMOSI OPTIMAL PADA E-COMMERCE INDONESIA: PENDEKATAN TEORI PERMAINAN NASH DAN STACKELBERG
Rizal Nizam Nugroho, Dr. Irwan Endrayanto Aluicius, S.Si., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL . . . . . **i**
HALAMAN PENGESAHAN . . . . . **ii**
HALAMAN PERNYATAAN . . . . . **iii**
HALAMAN PERSEMBAHAN . . . . . **iv**
HALAMAN MOTTO . . . . . **v**
PRAKATA . . . . . **vi**
DAFTAR ISI . . . . . **viii**
DAFTAR TABEL . . . . . **x**
DAFTAR GAMBAR . . . . . **xi**
DAFTAR LAMBANG . . . . . **xii**
INTISARI . . . . . **xv**
ABSTRACT . . . . . **xvi**
I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian 4
1.2.1. Tujuan Penelitian 4
1.2.2. Manfaat Penelitian 5
1.3. Tinjauan Pustaka 5
1.4. Metodologi Penelitian 7
1.5. Sistematika Penulisan 8
II DASAR TEORI **10**
2.1. Teori Permainan 10
2.2. Prinsip Minimum dan Maksimum 12
2.3. Fungsi Riil pada Himpunan Kompak 18
2.4. Titik Keseimbangan Nash 25
2.5. Teori Permainan Stackelberg 28
III MODEL PROMOSI DARING ANTARA PLATFORM DAN PENJUAL **35**
3.1. Pembentukan Model 35
3.2. Analisis 40
3.2.1. Motivasi Promosi 40
3.3. Analisis Strategi Promosi Optimal berdasarkan Permainan Nash . . 42
3.4. Analisis Strategi Promosi Optimal berdasarkan Permainan Stackelberg 56
3.4.1. *Seller Stackelberg Game* 56

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PROMOSI OPTIMAL PADA E-COMMERCE INDONESIA: PENDEKATAN TEORI PERMAINAN NASH DAN STACKELBERG
Rizal Nizam Nugroho, Dr. Irwan Endrayanto Aluicius, S.Si., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.4.2. *Platform Stackelberg Game* 65
IV PENGAPLIKASIAN MODEL PROMOSI DI INDONESIA 77
4.1. Gambaran Umum *e-commerce* di Indonesia 77
4.2. Alur Promosi 78
4.3. Penentuan Parameter Model 81
4.4. Motivasi untuk Melakukan Promosi 82
4.5. Ambang Batas Komisi menurut Kelas Margin 83
4.6. Analisis Strategi Optimal berdasarkan Permainan Nash 85
4.6.1. Margin Tinggi dan Margin Sedang: Promosi Penjual Saja . . 85
4.6.2. Margin Tipis: Kemunculan Ketiga Rezim 86
4.7. Analisis Strategi Optimal berdasarkan Permainan Stackelberg 89
4.7.1. *Seller Stackelberg Game* 89
4.7.2. *Platform Stackelberg Game* 90
4.8. Perbandingan Ketiga Skenario 91
4.9. Diskusi: Promosi Bersama pada Harbolnas 92
4.10. Implikasi Manajerial 93
4.11. Keterbatasan dan Arah Penelitian Lanjutan 93
V PENUTUP 95
5.1. Kesimpulan 95
5.2. Saran 96
5.2.1. Saran untuk Praktisi *e-commerce* Indonesia 96
5.2.2. Saran untuk Penelitian Lanjutan 97
DAFTAR PUSTAKA 98
A LAMPIRAN SKRIP PROGRAM 101