

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III LANDASAN TEORI	9
3.1 Preferensi Konsumen	9
3.2 Industri Kreatif	9
3.2.1 Definisi Industri Kreatif	9
3.2.2 Subsektor Industri Kreatif	10
3.3 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	11

3.3.1 Definisi <i>Analytical Hierarchy Process</i>	11
3.3.2 Tahapan Penggunaan AHP	12
3.4 Sampel dan Penentuan <i>Sample Size</i>	18
3.4.1 Sampel	18
3.4.2 Penentuan <i>Sample Size</i>	18
3.5 Teknik <i>Sampling</i>	19
3.6 Uji Validitas, Reliabilitas, dan Kecukupan Data	21
3.6.1 Uji Validitas	21
3.6.2 Uji Reliabilitas	22
3.6.3 Uji Kecukupan Data	23
BAB IV METODE PENELITIAN	24
4.1 Subjek Penelitian	24
4.2 Alat Penelitian	24
4.3 Tahapan Penelitian	25
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	28
5.1 Pemilihan Kriteria Awal	28
5.1.1 Hasil Wawancara dan Kuesioner Terbuka	28
5.1.2 Hasil Kuesioner <i>Likert</i>	29
5.1.3 Pengelompokan Kriteria dan Subkriteria	30
5.2 <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	32
5.2.1 Profil Responden	32
5.2.2 Contoh Perhitungan Bobot Kriteria (Responden 1)	35
5.2.3 Perhitungan Bobot Seluruh Responden	38
5.3 Validasi Hasil Pembobotan	45
5.4 Alternatif Desain	47
5.4.1 Alternatif Desain untuk <i>Potential Buyer</i>	48
5.4.2 Alternatif Desain untuk Pemakai Jam Tangan Kayu	50
5.5 Implikasi Praktis	51
BAB VI PENUTUP	53
6.1 Kesimpulan	53
6.2 Saran	53



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi Subsektor terhadap PDB (Persen) Periode 2013-2016	2
Tabel 2.1 Peta Penelitian Preferensi Konsumen berdasarkan Metode dan Objek	8
Tabel 3.1 Ruang Lingkup Subsektor Industri Kreatif	10
Tabel 3.2 Skala untuk Perbandingan Alternatif	14
Tabel 3.3 Matriks Perbandingan Berpasangan	15
Tabel 3.4 Nilai RI	16
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 5.2 Pengelompokan Kriteria dan Subkriteria	31
Tabel 5.3 Profil Responden	33
Tabel 5.4 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria (Responden 1)	36
Tabel 5.5 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria (Responden 1)	36
Tabel 5.6 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Bentuk Jam (Responden 1)	37
Tabel 5.7 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Jenis Kayu (Responden 1)	37
Tabel 5.8 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Personalisasi (Responden 1)	37
Tabel 5.9 Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif Jenis <i>Strap</i> (Responden 1)	38
Tabel 5.10 Bobot Kriteria, Subkriteria, dan Alternatif Subkriteria	38
Tabel 5.11 Perbandingan Bobot dan Peringkat Kriteria	40
Tabel 5.12 Perbandingan Bobot dan Peringkat Subkriteria dari Desain Jam	41
Tabel 5.13 Perbandingan Bobot dan Peringkat Alternatif Subkriteria dari Bentuk Jam	42
Tabel 5.14 Perbandingan Bobot dan Peringkat Alternatif Subkriteria dari Jenis Kayu	43
Tabel 5.15 Perbandingan Bobot dan Peringkat Alternatif Subkriteria dari Personalisasi	44
Tabel 5.16 Perbandingan Bobot dan Peringkat Alternatif Subkriteria dari Jenis <i>Strap</i>	45



Tabel 5.17 Produk dengan Penjualan Tertinggi	46
Tabel 5.18 Penilaian Produk	47
Tabel 5.19 Bobot Alternatif Desain untuk <i>Potential Buyer</i>	48
Tabel 5.20 Bobot Alternatif Desain untuk Pemakai Jam Tangan Kayu	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Kreatif	1
Gambar 1.2 <i>Roadmap</i> Matoa Indonesia	3
Gambar 3.1 Struktur Hierarki secara Umum	13
Gambar 3.2 Format untuk <i>Pairwise Comparison</i>	13
Gambar 4.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	27
Gambar 5.1 Struktur Hierarki AHP	32
Gambar 5.2 Struktur Hierarki dan Bobot Kriteria	39
Gambar 5.3 Struktur Hierarki dan Bobot Subkriteria Desain Jam	41
Gambar 5.4 Struktur Hierarki dan Bobot Alternatif Subkriteria dari Bentuk Jam	42
Gambar 5.5 Struktur Hierarki dan Bobot Alternatif Subkriteria dari Jenis Kayu	42
Gambar 5.6 Struktur Hierarki dan Bobot Alternatif Subkriteria dari Personalisasi	43
Gambar 5.7 Struktur Hierarki dan Bobot Alternatif Subkriteria dari Jenis <i>Strap</i>	44
Gambar 5.8 Ilustrasi Alternatif Jam Tangan Kayu untuk <i>Potential Buyer</i>	49
Gambar 5.9 Ilustrasi Alternatif Jam Tangan Kayu untuk Pengguna Jam Tangan Kayu	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner <i>Open-Ended</i>	56
Lampiran 2. Kriteria yang Dipertimbangkan Konsumen	57
Lampiran 3. Profil Responden Pra-Penelitian	62
Lampiran 4. Hasil Wawancara dengan CRM PT. Matoa Indonesia Digdaya	63
Lampiran 5. Kuesioner <i>Likert</i>	64
Lampiran 6. Profil Responden Kuesioner <i>Likert</i>	66
Lampiran 7. Uji Kecukupan Data	68
Lampiran 8. Kuesioner AHP	69
Lampiran 9. Contoh Pengubahan Matriks dengan <i>Local Consistency</i> (Responden 10)	74
Lampiran 10. Bobot Kriteria Seluruh Responden Kuesioner AHP	75
Lampiran 11. Bobot Subkriteria dan Alternatif Subkriteria Seluruh Responden Kuesioner AHP	80
Lampiran 12. Kuesioner Rating Validasi	88

DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN

λ_{max} = *Eigenvalue*

AHP = *Analytical Hierarchy Process*

Bekraf = Badan Ekonomi Kreatif

CI = *Consistency Index*

CR = *Consistency Ratio*

CRM = *Customer Relationship Management*

n = orde matriks

PDB = Produk Domestik Bruto

RI = *Random Index*

W = bobot