



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Asumsi dan Batasan Masalah	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Penelitian Pendahulu	4
2.2 Peta Penelitian	6
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1 <i>Revenue Management</i>	8
3.2 Valuasi Pelanggan	10
3.3 <i>Price Sensitivity Measurement</i>	12
3.4 <i>Market Research</i>	13
3.4.1 <i>Research Design</i>	14



3.4.2 <i>Sampling</i>	15
3.4.3 Kuesioner	16
3.5 Pengolahan Data dan Pengujian Statistik	17
3.5.1 Uji Hipotesis Statistik	17
3.5.2 Validitas	18
3.5.3 Reliabilitas	19
BAB IV METODE PENELITIAN	21
4.1 Objek Penelitian	21
4.2 Alat Penelitian	21
4.3 Data yang Digunakan	21
4.4 Tahapan Penelitian	21
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	25
5.1 Pengujian dan Pengukuran Kuesioner	25
5.1.1 Uji Validitas	26
5.1.2 Uji Reliabilitas	28
5.1.3 <i>Sampling</i>	29
5.2 Analisis Hasil Kuesioner dan Pembentukan <i>Market Models</i>	29
5.2.1 Rentang Harga Jual	30
5.2.2 Identifikasi Karakteristik Model Sistem	34
5.2.3 Pembuatan Model <i>Demand</i> Menu Makanan	34
5.2.4 Validasi Model <i>Demand</i> Menu Makanan	39
5.3 <i>Expected Revenue</i> dan Harga Jual Optimal	41
BAB VI PENUTUP	44
6.1 Kesimpulan	44
6.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	48