

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
LANDASAN TEORI	9
3.1 Minimarket	9
3.2 <i>Merchandise Management (merchandising)</i>	9
3.3 Pengukuran Kinerja Toko	11
3.4 <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	12
3.5 Analisis rasio keuangan	13
3.6 <i>Data Envelopment Analysis (DEA)</i>	14
3.6.1 Variabel input dan output	15
3.6.2 <i>Decision Making Unit (DMU)</i>	16

3.6.3	Model pendekatan DEA	16
3.7	<i>ABC Analysis</i>	18
3.8	Data dan Informasi	19
3.8.1	Tipe data	19
3.9	Korelasi <i>Rank Spearman</i> dan <i>Wilcoxon Rank Sum Test</i>	20
METODE PENELITIAN		22
4.1	Objek dan Lokasi Penelitian	22
4.2	Alat dan Bahan	22
4.3	Tahapan Penelitian	23
4.4	Diagram Alir Penelitian	24
HASIL DAN PEMBAHASAN		26
5.1	Pengumpulan data dan estimasi investasi	26
5.2	Pengukuran kinerja	27
5.3	Perangkingan kinerja	28
5.4	Perbandingan metode dan Evaluasi	35
5.5	Perencanaan strategi perbaikan penjualan	37
5.6	Penyusunan prosedur sistematis rancangan metode	39
PENUTUP		40
6.1	Kesimpulan	40
6.2	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN		45