



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Lingkup Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penjualan	9
2.1.1 Definisi Penjualan	9
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	9
2.1.3 Jenis Penjualan.....	11
2.1.4 Tahap-tahap Dalam Penjualan	12
2.1.5 Cara Penjualan Yang Diterapkan	13
2.2 <i>Time Series</i>	14
2.2.1 Definisi <i>Time Series</i>	14
2.3 ARIMA.....	17
2.3.1 Uji Stasioneritas	19
2.3.2 Uji Normalitas.....	19
2.3.3 Uji Signifikansi	20



2.3.4	Uji Independensi Residual	20
2.4	<i>Moving Average</i>	21
2.5	<i>Naive Approach</i>	21
2.6	<i>Trend Projection</i>	21
2.7	<i>Forecast Error</i>	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		23
3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Metode Pengumpulan Data	24
3.3	Variabel Penelitian	25
3.4	Metode Analisis Data.....	25
3.4.1	Analisa Penjualan.....	25
3.4.2	Penentuan Metode.....	26
3.4.3	Metode ARIMA, <i>Moving Average</i> , <i>Naive Approach</i> , dan <i>Trend Projection</i>	27
3.5	Penerapan Metode pada PT. XYZ	31
3.6	Data Penjualan PT. XYZ.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Deskriptif Data dan Subjek Penelitian	34
4.2	Analisis Penelitian	34
4.2.1	ARIMA.....	34
4.2.1.1	TV OLED	34
4.2.1.2	4K	44
4.2.1.3	2K	54
4.2.1.4	Penjualan Total	60
4.2.2	<i>Naive Approach</i>	70
4.2.2.1	TV OLED	70
4.2.2.2	4K	70
4.2.2.3	2K	71
4.2.2.4	Gabungan	71
4.2.3	<i>Moving Average</i>	71
4.2.3.1	TV OLED	71
4.2.3.2	4K	73
4.2.3.3	2K	74
4.2.3.4	Gabungan	75
4.2.4	<i>Trend Projection</i>	76
4.2.4.1	TV OLED	76
4.2.4.2	4K	81
4.2.4.3	2K	86
4.2.4.4	Gabungan	89
4.3	Hasil dan Pembahasan	93



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
 DAFTAR PUSTAKA.....	 99