



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Asumsi dan Batasan	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III LANDASAN TEORI	7
3.1. <i>Revenue Management</i>	7
3.2. <i>Perceived Fairness</i>	8
3.3. <i>Rate Fences dan Framing</i>	10
3.4. Sampel, <i>Sampling Error</i> , dan <i>Sample Size</i>	10
3.4.1. Sampel	10
3.4.2. <i>Sampling error</i>	11
	viii



3.4.3.	<i>Sample size</i>	11
3.5.	Validitas dan Reliabilitas	12
3.6.	Analisis pada <i>Repeated Measures Design</i>	12
3.6.1.	Pemilihan metode analisis	12
3.6.2.	<i>Repeated measures ANOVA</i>	14
3.7.	Teori untuk Simulasi Penerapan <i>Rate Fences</i>	17
3.7.1.	<i>Willingness to pay</i>	17
3.7.2.	<i>Simple linear regression</i>	17
BAB IV METODE PENELITIAN		18
4.1.	Subjek Penelitian	18
4.2.	Alat dan Bahan Penelitian	18
4.3.	Tahapan Penelitian	18
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		24
5.1.	Penentuan Skenario	24
5.2.	Pengembangan Alat Tes	25
5.2.1.	Pengembangan <i>item kuesioner</i>	25
5.2.2.	Hasil uji reliabilitas dan validitas	26
5.3.	<i>Perceived Fairness</i> Pelanggan	27
5.3.1.	Deskripsi data	27
5.3.2.	Uji asumsi	28
5.3.3.	Uji beda <i>mean (repeated measures ANOVA)</i>	29
5.3.4.	Pembahasan <i>rate fences</i>	30
5.4.	Potensi Perilaku Pelanggan	31
5.5.	Simulasi Penerapan <i>Rate Fences</i>	32
5.5.1.	Asumsi dan batasan simulasi	33
5.5.2.	Pembuatan model	33
5.5.3.	Validasi model	34
5.5.4.	Harga optimal dan <i>revenue</i> berdasarkan model	35
BAB VI PENUTUP		38



6.1. Kesimpulan	38
6.2. Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	42