

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	xiv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III LANDASAN TEORI	7
3.1 Industri Kreatif	7
3.1.1 Definisi Industri Kreatif	7
3.1.2 Sub-sektor Industri Kreatif	7
3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	10
3.2.1 Uji Validitas	10
3.2.2 Uji Reliabilitas	11
3.3 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	12
3.3.1 Definisi <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	12

3.3.2 Tahapan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	14
3.4 Sampel dan <i>Sample Size</i>	19
3.4.1 Sampel	19
3.4.2 <i>Sample Size</i>	19
3.5 Metode Pengambilan Sampel	19
BAB IV METODE PENELITIAN	23
4.1 Objek Penelitian	23
4.2 Alat Penelitian	23
4.3 Tahapan Penelitian	24
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	28
5.1 Metode Pengambilan Data	28
5.2 Pemilihan Kriteria Awal	30
5.2.1 Penyebaran Kuesioner	30
5.2.2 Uji Validitas	30
5.2.3 Uji Reliabilitas	32
5.2.4 Pengelompokan Kriteria dan Sub-kriteria	33
5.3 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	35
5.3.1 Perhitungan Bobot Kriteria (Responden 1)	35
5.3.2 Perhitungan Bobot Sub-kriteria (Responden 1)	37
5.4 Validasi Pembobotan	37
5.4.1 Penilaian Produk Zakwoow	38
5.4.1.1 Tiga Produk Zakwoow dengan Penjualan Tertinggi	38
5.4.1.2 Penilaian Produk oleh Pihak Industri Kreatif Zakwoow	38
5.4.1.3 Penilaian Produk oleh <i>Customer</i> Zakwoow	40
5.4.2 Penilaian Produk Gendhis	41
5.4.2.1 Tiga Produk Gendhis dengan Penjualan Tertinggi	41
5.4.2.2 Penilaian Produk oleh Pihak Industri Kreatif Gendhis	42
5.4.2.3 Penilaian Produk oleh <i>Customer</i> Gendhis	45
BAB VI PENUTUP	47
6.1 Kesimpulan	47
6.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	50