

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR FUNGSI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Tugas Akhir	4
1.4 Manfaat Tugas Akhir	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Profil Perusahaan	9
2.2 Dasar Teori	11
2.2.1 <i>Supply chain</i>	11
2.2.2 <i>Omnichannel</i>	13
2.2.3 <i>Game Theory</i>	16
2.2.3.1 Contoh Model <i>Game Theory</i>	18
2.2.3.2 Uraian Masalah dan Notasi	19
2.2.3.3 Fungsi <i>Game Theory</i> di dalam Supply Chain	23
2.3 Kajian Penelitian Terkait	25
2.4 Alasan Pemilihan Teori	48
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian	54
3.2 Data dan <i>Software</i> yang Digunakan	54

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4	Batasan dan Asumsi Penelitian.....	60
3.4.1	Batasan Penelitian.....	61
3.4.2	Asumsi Penelitian.....	61
BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		62
4.1	Pengumpulan Data.....	62
4.2	Pengolahan Data	67
4.2.1	Perhitungan Data.....	71
4.2.2	<i>Retail</i> Store Dijalankan Sebagai Toko Milik Sendiri.....	75
4.2.3	<i>Retail</i> Store Dijalankan Sebagai Toko Waralaba.....	79
4.3	Perhitungan Sensitivitas Keuntungan PT. X Ketika Membuka Toko Waralaba	83
BAB 5 ANALISIS		89
5.1	Analisis Hasil.....	89
5.1.1	Analisis <i>Retail</i> Store Dijalankan Sebagai Toko Milik Sendiri	89
5.1.2	Analisis <i>Retail</i> Store Dijalankan Sebagai Toko Waralaba.....	91
5.1.3	Analisis Sensitivitas Keuntungan PT. X Ketika Membuka Toko Waralaba	93
5.2	Implikasi Manajerial	95
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		97
6.1	Kesimpulan	97
6.2	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN.....		105