

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Manfaat Penelitian	10
1.4. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pengertian Sektor Unggulan	12
2.1.2 Marketing Intelligence atau intelijen Pemasaran	13
2.1.3. Business Intelligence atau intelijen Bisnis	14
2.1.4 Teori Marketing atau Pemasaran	15
2.1.5 Market Research atau Riset Pasar	16
2.1.6 Teori Pengambilan Keputusan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	27
2.4. Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.1 Variabel Penelitian.....	31
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1 Observasi	34
3.4.2 Wawancara.....	35
3.4.3 Kuesioner	35
3.4.4 Studi Pustaka.....	35
3.5 Metode Analisis Data	36
3.5.1 Analytical Hierarchy Process (AHP)	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Kondisi Geografis Daerah Penelitian	45
4.2 Simulasi Analytical Hierarchy Process (AHP).....	52
4.2.1 Menentukan Tujuan	52
4.2.2 Menentukan Kriteria	53
4.2.3 Menentukan Alternatif	54
4.2.4 Menyebarkan Kuesioner	55
4.2.5 Menyusun Matriks Perbandingan	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Implikasi Kebijakan.....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
5.4 Saran	72
5.4.1 Saran Penelitian Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	78