

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI.....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
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.....	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Batasan Masalah	4
BAB II:TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Pemasara	5
2.2 Pengertian Pelanggan.....	6
2.3 Jenis-jenis Pelanggan	6
2.4 Sistem Persamaan Diferensial.....	7
2.5 Kestabilan Sistem Persamaan Diferensial Linier	8
2.6 Kriteria Routh-Hurwitz.....	10
2.7 Bilangan Reproduksi Dasar (R_0)	12
2.8 Masalah Kontrol Optimal.....	13
2.9 Prinsip Maksimum Pontryagin.....	13
BAB III:METODE PENELITIAN	16
BAB IV:PEMBAHASAN	17

4.1	Analisis Kestabilan Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran.....	17
4.1.1.	Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran..	17
4.1.2.	Titik Setimbang Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	21
4.1.3.	Analisis Kestabilan Titik Setimbang	25
4.2	Analisis Sensitivitas	33
4.3	Kontrol Optimal Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	35
4.3.1.	Penyelesaian Kontrol Optimal Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	36
4.4	Simulasi dan Interpretasi Model dengan Adanya Variabel Kontrol	40
BAB V:Penutup		45
5.1.	Kesimpulan	45
5.2.	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN.....		49

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
	Pendefinisian Variabel dalam Model	
4.1	Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	18
	Pendefinisian Parameter dalam Model Matematika	
4.2	Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	18
	Nilai Parameter dalam Mode Matematika	
4.3	Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	30
4.4	Nilai Awal Bidang Fase Titik Setimbang Endemik E_1	31
4.5	Hasil Perhitungan Indeks Sensitifitas Parameter	34
4.6	Perbandingan Populasi Pelanggan <i>Referral</i> (R) pada Akhir Pengamatan	42
4.7	Perbandingan Populasi Pelanggan <i>Regular</i> (C) pada Akhir Pengamatan	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
4.1	Diagram Transmisi Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	19
4.2	Simulasi Bidang Fase pada Bidang $R - C$ Untuk Titik Setimbang Endemik Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran	32
4.3	Sensitivitas δ Terhadap Nilai R_0 dengan Tiga Nilai μ yang berbeda	35
4.4	Simulasi Perbandingan Jumlah Pelanggan <i>Referral</i> (R)	41
4.5	Simulasi Perbandingan Jumlah Pelanggan <i>Regular</i> (C)	42
4.6	Profil Kontrol Upaya Pengiklanan <i>Word of Mouth</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran
1	Perhitungan Titik Setimbang Non Endemik (E_0)
2	Perhitungan <i>Basic Rperoduction Number</i> R_0
3	Perhitungan Titik Setimbang Endemik (E_1)
4	Analisa Kestabilan Titik Setimbang Non Endemik (E_0)
5	Analisa Kestabilan Titik Setimbang Endemik (E_1)
6	Perhitungan Indeks Sensitivitas Parameter
7	Kode Program Grafik Bidang Fase pada Titik Setimbang Endemik (E_1)
8	Kode Program Grafik Analisis Sensitivitas Parameter
9	Kode Program Simulasi Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran Tanpa Adanya Kontrol dengan Menggunakan DOTcyp pada MATLAB
10	Kode Program Simulasi Model Matematika Dinamika Pelanggan Berdasarkan Kebijakan Pemasaran dengan Adanya Kontrol Menggunakan DOTcyp pada MATLAB