

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.3 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Teori Perencanaan.....	9
1.5.2 Komunikasi Pemasaran.....	10
1.5.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Tinjauan Perkembangan Batik dan Pemasaran Sebuah Brand.....	21
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	24

2.3	Penelitian Sebelumnya.....	35
BAB III	METODE PENELITIAN.....	37
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Sumber Data.....	36
	a. Primer.....	36
	b. Sekunder.....	36
3.3	Subjek Penelitian.....	39
3.4	Objek Penelitian.....	39
3.5	Lokasi Penelian.....	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7	Analisis Data.....	41
3.8	Keabsahan Data.....	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	46
4.1	Deskripsi Toko Batik Enom.....	46
4.2	Hasil Penelitian.....	53
	4.2.1 Perencanaan Strategi Batik Enom.....	56
	4.2.1.1 Perencanaan Stategi Digital Marketing Batik Enom...57	
	4.2.1.2 Segmentasi.....	59
	4.2.1.3 Targeting.....	62
	4.2.1.4 Positioning.....	63
	4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Enom Dalam	
	Mempromosikan Produknya.....	64
	4.2.2.1 Personal Selling.....	66
	4.2.2.2 Sales Promotion.....	68
	4.2.2.3 Publis Relations.....	73
	4.2.2.4 Advertising.....	77
	4.2.2.5 Direct Marketing.....	80
	4.2.3 Permasalahan Yang Dialami.....	87
	4.2.3.1 Pesaing.....	88

4.2.3.2 Faktor Penghambat dan Pendukung.....	88
4.2.4 Evaluasi Program.....	90
4.2.4.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Produk Dan Pemasaran Batik Enom.....	88
4.3 Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	