

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv
Abstract .....	xvi

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Penegasan Istilah .....	11
F. Sistematika Pembahasan .....	14

### BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran .....	17
B. Bauran Pemasaran .....	28
C. Penjualan .....	39
D. Media Sosial	
1. Pengertian Media Sosial.....	44
2. Peran dan Manfaat Media Sosial .....	45
E. Batik	
1. Pengertian Batik.....	47
2. Macam-macam Batik .....	49
F. Penelitian Terdahulu.....	51

### BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian .....	58
C. Kehadiran Peneliti .....	59
D. Sumber Data .....	60
E. Teknik Pengumpulan Data .....	62
F. Teknik Analisis Data .....	65
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	69
H. Tahap-tahap Penelitian .....	73

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Paparan Data.....	76
B. Temuan Penelitian .....	103

#### **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Perencanaan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Batik Melalui Media Sosial di UD. Batik Tie Poek Trenggalek .....	111
B. Pelaksanaan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Batik Melalui Media Sosial di UD. Batik Tie Poek Trenggalek .....	126
C. Pengawasan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Batik Melalui Media Sosial di UD. Batik Tie Poek Trenggalek .....	129

#### **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	133
B. Saran .....	135

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**