



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NASKAH SOAL	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1 Teori Pemasaran	8
3.2 Strategi Pemasaran	8
3.2.1 <i>Marketing Mix</i>	9
3.2.2 Segmentasi Pasar	9
3.3 <i>Consumer Behavior</i>	10
3.4 Batik	10
3.4.1 Jenis-Jenis Batik	11
3.5 Bahasa <i>Markup</i> dan Bahasa Pemrograman	11
3.5.1 Python	11
3.5.2 <i>Hypertext Preprocessor (PHP)</i>	11
3.5.3 <i>Hyper Text Markup Language (HTML)</i>	12
3.5.4 MySQL	12



3.6	<i>Analytic Hierarchy Process (AHP)</i>	12
BAB IV METODE PENELITIAN		15
4.1	Objek Penelitian	15
4.2	Subjek Penelitian	15
4.3	Alat Penelitian	15
4.4	Langkah Penelitian	17
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		19
5.1	Segmentasi Pasar	19
5.2	Pengembangan Desain Kain Batik	20
5.3	Identifikasi <i>E-commerce</i> Terbaik di Indonesia	35
5.4	Kebijakan Sistem <i>Pre-Order</i> pada <i>E-commerce</i>	36
5.5	Penetrasi Produk ke <i>E-commerce</i>	38
5.6.1	Alur Berjualan di <i>E-commerce</i> Shopee	38
5.6.2	Alur Berjualan di <i>E-commerce</i> Tokopedia	40
5.6.3	Alur Berjualan di <i>E-commerce</i> Bukalapak	41
5.6	Analisis Prioritas Kriteria Perbandingan Batik oleh Konsumen	44
5.7	Pembahasan	50
BAB VI PENUTUP		54
6.1	Kesimpulan	54
6.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		58