

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN TIM PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| PRAKATA | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| INTISARI | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Asumsi dan Batasan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Segmentasi Pasar | 9 |
| 2.2 Strategi Media Sosial dan Penjualan | 15 |
| 2.3. Penelitian Saat Ini | 16 |
| | |
| BAB III LANDASAN TEORI | 19 |
| 3.1 Batik | 19 |
| 3.2 Pemasaran dan Penjualan | 20 |
| 3.3 Market Segmentation | 20 |
| 3.4 <i>Brand Awareness</i> | 26 |

| | | |
|-----------------------------------|---|----|
| 3.5 | Media Sosial | 27 |
| 3.6 | <i>Factor Analysis</i> | 28 |
| 3.7 | <i>Cluster Analysis</i> | 31 |
| 3.8 | <i>Struktural Equation Modelling (SEM)</i> | 33 |
| BAB IV METODE PENELITIAN | | 36 |
| 4.1 | Subjek dan Objek Penelitian | 37 |
| 4.2 | Jenis Data yang Digunakan | 37 |
| 4.3 | Alat Penelitian | 37 |
| 4.4 | Tahapan Penelitian | 38 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | | 48 |
| 5.1 | Penyebaran Kuesioner Segmentasi Konsumen | 48 |
| 5.2 | Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> dari <i>Batik Benefit Sought</i> | 50 |
| 5.3 | <i>Cluster Analysis</i> untuk Segmentasi Pengguna Batik | 55 |
| 5.4 | Eksperimen Menggunakan Instagram dan <i>e-Marketplace</i> | 58 |
| 5.5 | Penyebaran Kuesioner Pengujian Eksperimen | 61 |
| 5.6 | Pengolahan Data Kuesioner Pengujian Eksperimen Menggunakan SmartPLS | 62 |
| 5.7 | Analisis Hasil Uji Hipotesis | 70 |
| BAB VI PENUTUP | | 74 |
| 6.1 | Kesimpulan | 74 |
| 6.2 | Implikasi Manajerial | 75 |
| 6.3 | <i>Further Works</i> | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 77 |
| LAMPIRAN | | 80 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1. <i>Social Media</i> yang Paling Banyak Digunakan | 2 |
| Gambar 1.2. <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III 2019 | 3 |
| Gambar 3.1. Variabel untuk Identifikasi <i>Target Market</i> | 25 |
| Gambar 3.2. <i>Scree Plot</i> | 30 |
| Gambar 4.1. <i>Design of Experiment</i> | 40 |
| Gambar 4.2. Tahapan Penelitian | 44 |
| Gambar 4.3. Tahapan pada <i>Factor Analysis</i> | 45 |
| Gambar 4.4. <i>Flowchart</i> Eksperimen | 46 |
| Gambar 4.5. Gambaran Umum Penelitian | 47 |
| Gambar 5.1. Profil Responden Berdasarkan Usia | 49 |
| Gambar 5.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 49 |
| Gambar 5.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan | 50 |
| Gambar 5.4. Profil Responden Berdasarkan Domisili | 50 |
| Gambar 5.5. Konten <i>Social Media Marketing Activities</i> | 60 |
| Gambar 5.6. Model Penelitian | 63 |
| Gambar 5.7. Nilai <i>Outer Loading</i> Model Penelitian | 63 |
| Gambar 5.8. Model PLS | 69 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1. Tren Peminat Batik Berdasarkan Literatur | 14 |
| Tabel 2.2. Perbedaan Penelitian Ini dengan Setiawati (2019) | 17 |
| Tabel 2.3. Matriks Literatur | 18 |
| Tabel 3.1. Signifikansi <i>Factor Loadings</i> | 28 |
| Tabel 5.1. <i>Rotated Component Matrix</i> | 52 |
| Tabel 5.2. Pengelompokkan Item dan Penamaan Faktor | 53 |
| Tabel 5.3. Pembagian Jumlah Anggota Tiap <i>Cluster</i> | 56 |
| Tabel 5.4. Perbandingan <i>Factor Score Batik Benefit Sought</i> antar Cluster | 56 |
| Tabel 5.5. Konten <i>Social Media Marketing Activities</i> | 59 |
| Tabel 5.6. Nilai Validitas dan Reliabilitas Model | 65 |
| Tabel 5.7. Nilai Akar Kuadrat AVE | 65 |
| Tabel 5.8. Nilai Validitas dan Reliabilitas Konstruk | 66 |
| Tabel 5.9. Tingkat Signifikansi tiap Dimensi | 66 |
| Tabel 5.10. Nilai VIF <i>Inner Model</i> | 67 |
| Tabel 5.11. Nilai R ² dan Q ² | 68 |
| Tabel 5.12. Hasil <i>Path Coefficient</i> Model | 68 |
| Tabel 5.13. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis | 70 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Referensi Pernyataan Kuesioner Segmentasi Konsumen | 80 |
| Lampiran 2. Item Pertanyaan Kuesioner Pengujian | 82 |
| Lampiran 3. Kuesioner <i>Pilot Study</i> | 84 |
| Lampiran 4. Kuesioner Penelitian Survei Pengguna Batik | 85 |
| Lampiran 5. Kuesioner Penelitian untuk Pengujian Eksperimen | 90 |
| Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dari <i>Pilot Study</i> Kuesioner Pengujian Eksperimen | 93 |
| Lampiran 7. Nilai <i>Cross Loading</i> Tiap Item | 94 |