

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN	
PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL dan GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	7
1. Media Sosial	7
a. Pengertian Media Sosial	7
b. Penggunaan Media Sosial.....	7
c. Dampak Negatif dan Dampak Positif Media Sosial.....	8
2. Promosi	10
a. Pengertian Promosi.....	10
b. Tujuan Promosi.....	11
c. Indikator Prommosi	12
3. Inovasi Produk	14
a. Pengertian Inovasi Produk.....	14
b. Indikator Inovasi Produk	15
4. Keputusan Pembelian	19
a. Pengertian Keputusan Pembelian	19

	b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	20
	c. Indikator Keputusan Pembelian	24
	B. Penelitian Terdahulu	26
	C. Kerangka Berpikir	27
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
	B. Sumber Data.....	30
	C. Lokasi Penelitian	30
	D. Subjek Penelitian.....	31
	E. Teknik Pengumpulan Data	31
	F. Uji Keabsahan Data	32
	G. Analisis Data	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	35
	1. Profil Singkat dan Sejarah Berdirinya Batik Tulis Kresno Aji Lasem	35
	2. Visi, Misi dan Tujuan Batik Tulis Kresno Aji Lasem	36
	3. Letak Geografis Batik Tulis Kresno Aji Lasem	37
	4. Produk-produk BatikTulis Kresno Aji Lasem	37
	5. Struktur organisasi BatikTulis Kresno Aji Lasem.....	38
	B. Diskripsi Data Penelitian	45
	1. Data Tentang Peran Media Sosial dalam mendukung Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem.....	45
	2. Data Tentang kendala yang dihadapi Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran inovasi produk dan penjualan batik	59

C. Analisis Data	72
1. Analisis Data tentang Peran Media Sosial dalam mendukung Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem.....	72
2. Analisis Data tentang kendala yang dihadapi Batik Tulis Kresno Aji Lasem dalam menggunakan media sosial untuk mendukung inovasi produk dan promosi penjualan batik	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Keterbatasan Penelitian	85
C. Saran	86
D. Penutup	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Daftar Harga Batik Tulis Kresno Aji Lasem.....	57
Tabel 4.2	Daftar Produk Bahan Batik Tulis Kresno Aji Lasem	57
Tabel 4.3	Data Omset Penjualan Batik Tulis Kresno Aji Lasem	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.1	Proses Analisis Data.....	34
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan Batik Batik Kresno Aji Lasem	39
Gambar 4.2.	Proses Produksi Batik Tulis Kresno Aji Lasem.....	42
Gambar 4.3.	Data Batik Tulis Kresno Aji Lasem Tahun 2017.....	47
Gambar 4.4	Inovasi Produk Batik Tulis kresno Aji Lasem melalui media sosial	52
Gambar 4.5	Promosi Batik Tulis Lasem melalui media sosial.....	56