

DAFTAR ISI

HALAMAN ORIGINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Signifikasi Penelitian	13
1.4.1 Signifikasi Akademis	13
1.4.2 Signifikasi Praktis	13
1.4.3 Signifikasi Sosial	13
1.5. Batasan Penelitian	14
1.6. Kerangka Teori	14
1.6.1. Paradigma Teori	14
1.6.2. <i>State Of The Art</i>	15

1.6.3. Teori Penelitian	17
1.6.3.1 Teori AIDDA	17
1.6.3.2 Pemasaran Interaktif	20
1.6.3.3 Kesadaran Merek.....	21
1.6.3.4 Minat Beli	22
1.6.4. Kerangka Penelitian	24
1.6.5. Hipotesis	25
1.6.6. Definisi Konseptual	25
1.6.6.1 Pemasaran Interaktif	25
1.6.6.2 Kesadaran Merek	26
1.6.6.3 Minat Beli	26
1.6.7. Definisi Operasional	27
1.7. Metodologi Penelitian	28
1.7.1. Tipe Penelitian	28
1.7.2. Jenis Dan Sumber Data	29
1.7.2.1 Data Primer	29
1.7.2.2 Data Sekunder	29
1.7.3. Teknik Pengumpulan Data	30
1.7.4. Populasi dan Sampel	30
1.7.4.1 Populasi	30
1.7.4.2 Sampel	31
1.7.5. Teknik Pengambilan Sampel	32
1.7.6. Skala Pengukuran	33
1.7.7. Teknik Pengolah Data	33

1.7.8. Teknik Analisa Data	35
1.7.9. Validitas dan Reliabilitas	36
1.7.9.1 Validitas	36
1.7.9.2 Uji Reliabilitas	36
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	38
2.1. Gambaran Umum Kota Cirebon	38
2.1.1. Sejarah Kota Cirebon	38
2.1.2. Aspek Demografi	40
2.1.3. Aspek Pendidikan	41
2.1.4. Sosial dan Budaya	42
2.2. Batik Tulis Ciwaringin	44
2.2.1. Sejarah Batik Ciwaringin	44
2.2.2. Lokasi Batik Ciwaringin	46
2.2.3. Produk Batik Ciwaringin	46
2.2.4. Motif Batik Ciwaringin	47
2.3. Sejarah Proses Marketing Batik Tulis Ciwaringin	52
BAB III TEMUAN PENELITIAN	56
3.1. Karakteristik Responden	56
3.2. Pemasaran Interaktif	59
3.2.1. E-mail	59
3.2.2. Blog Perusahaan	62
3.2.3. Situs Web	65
3.3. Kesadaran Merek	70

3.3.1. Recall	70
3.3.2. Recognition	72
3.3.3. Purchase	75
3.3.4. Consumption	76
3.4. Minat Beli	77
3.4.1. Minat Transaksional	77
3.4.2. Minat Refrensial	79
3.4.3. Minat Prefrensial	82
3.4.4. Minat Eksploratif	84
3.5. Interval Kelas	87
3.5.1. Interval Kelas Variabel Pemasaran Interaktif	87
3.5.2. Interval Kelas Variabel Kesadaran Merek	88
3.5.3. Interval Kelas Variabel Minat Beli	89
3.6. Tabulasi Silang	90
3.6.1. Tabulasi Silang X1 Terhadap Y1	90
3.6.2. Tabulasi Silang X1 Terhadap Y2	90
BAB IV PEMBAHASAN	92
4.1. Uji Validitas	92
4.2. Uji Reliabilitas	95
4.3. Analisa Regresi Sederhana	96
4.3.1. Regresi Sederhana X1 Terhadap Y1	96
4.3.2. Regresi Sederhana X1 Terhadap Y2	97
4.4. Uji t	97
4.5. Pembahasan	100

4.5.1. Pembahasan Teori AIDDA	102
BAB V PENUTUP	107
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Penduduk Kota Cirebon Tahun 2020	31
Tabel 1.2 Skala Likert	33
Tabel 2.1 Capaian Indikator APK dan APM Kota Cirebon	41
Tabel 3.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 3.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 3.3 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 3.4 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Pernah Mendapatkan Notifikasi Masuk Tentang Batik Tulis Ciwaringin Di E-Mail Mereka	59
Tabel 3.5 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Informasi Batik Tulis Ciwaringin Yang Disampaikan Melalui E-Mail Memiliki Konten Yang Menarik	60
Tabel 3.6 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Informasi Yang Disampaikan Melalui E-Mail Tentang Batik Tulis Ciwaringin Memberikan Informasi Baru	61
Tabel 3.7 Persentase Responden Menyatakan Bahwa Blog Batik Tulis Ciwaringin Menjelaskan <i>Company Profile</i> Secara Lengkap	62
Tabel 3.8 Persentase Responden Yang Menyatakan Blog Batik Tulis Ciwaringin Terdapat Galeri Berupa Foto Dan Video Hasil Produksi Batik Tulis Ciwaringin	63

Tabel 3.9 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Blog Batik Tulis Ciwaringin Menyediakan Tata Cara Beli Produk Secara <i>Online</i>	64
Tabel 3.10 Persentase Responden Yang Menyatakan Situs Web Batik Tulis Ciwaringin Memudahkan Untuk Menemukan Informasi Tentang Batik Tulis Ciwaringin	65
Tabel 3.11 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Situs Web Batik Tulis Ciwaringin Memberikan Informasi Lengkap	66
Tabel 3.12 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Situs Web Batik Tulis Ciwaringin Membantu Menemukan Kebutuhan Informasi Mengenai Batik Tulis Ciwaringin	67
Tabel 3.13 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Situs Web Batik Tulis Ciwaringin Memiliki Konten Yang Menarik	68
Tabel 3.14 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Situs Web Batik Tulis Ciwaringin Menawarkan Produk Yang Di Jual	69
Tabel 3.15 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Batik Tulis Ciwaringin Merupakan Salah Satu Batik Yang Ada Di Kota Cirebon	70
Tabel 3.16 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Batik Tulis Ciwaringin Dibuat Dari Bahan Pewarna Alami	71
Tabel 3.17 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Sudah Mengenal Batik Tulis Ciwaringin	72

Tabel 3.18 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Motif Pecutan, Motif Pring Sedapur, Motif Tebu Sekeret Merupakan Beberapa Motif Khas Dari Batik Tulis Ciwaringin	73
Tabel 3.19 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Batik Tulis Ciwaringin Dikenal Dengan Kualitas Yang Berbeda Dengan Batik Lainnya	74
Tabel 3.20 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Batik Tulis Ciwaringin Yang Muncul Dalam Benak Mereka Pertama Kali Ketika Ditanya Kategori Produk Batik	75
Tabel 3.21 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Batik Tulis Ciwaringin Telah Menjadi <i>Trend</i> Batik Identik Mereka	76
Tabel 3.22 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Tertarik Untuk Membeli Batik Tulis Ciwaringin Karena Motif Yang Menarik	77
Tabel 3.23 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Tertarik Untuk Membeli Batik Tulis Ciwaringin Karena Harga Yang Terjangkau	78
Tabel 3.24 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Bersedia Merekomendasikan Batik Tulis Ciwaringin Kepada Orang Lain	79
Tabel 3.25 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Menyarankan Orang Lain Untuk Menggunakan Produk Batik Tulis Ciwaringin	80
Tabel 3.26 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Menyarankan Orang Lain Untuk Membeli Batik Tulis Ciwaringin	81

Tabel 3.27 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Memilih Batik Tulis Ciwaringin Dalam Memenuhi Kebutuhan	82
Tabel 3.28 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Batik Tulis Ciwaringin Lebih Menarik perhatian Mereka Dibandingkan Dengan Batik Lainnya	83
Tabel 3.29 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Mencari Informasi Tentang Batik Tulis Ciwaringin Dari Mulai Jenis Produk Hingga Harga Yang Ditawarkan Sebelum Membeli Batik Tulis Ciwaringin	84
Tabel 3.30 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Mencari Informasi Tentang Batik Tulis Ciwaringin Kepada Orang Lain Yang Sudah Pernah Membeli	85
Tabel 3.31 Persentase Responden Yang Menyatakan Bahwa Mereka Tertarik Untuk Membeli Batik Tulis Ciwaringin Setelah Mendapatkan Informasi Tentang Batik Tulis Ciwaringin	86
Tabel 3.32 Skala Interval Kelas Variabel Pemasaran Interaktif	88
Tabel 3.33 Skala Interval Kelas Variabel Kesadaran Merek	89
Tabel 3.34 Skala Interval Kelas Variabel Minat Beli	90
Tabel 3.35 Tabulasi Silang X1 Terhadap Y1	90
Tabel 3.36 Tabulasi Silang X1 Terhadap Y2	91
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pada Pemasaran Interaktif (X1)	92

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pada Kesadaran Merek (Y1)	93
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Pada Minat Beli	94
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Sederhana Pada Pemasaran Interaktif Terhadap Kesadaran Merek	96
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Sederhana Pada Pemasaran Interaktif Terhadap Minat Beli	97
Tabel 4.7 Uji Digital Pemasaran Interaktif Terhadap Kesadaran Merek	98
Tabel 4.8 Uji Digital Pemasaran Interaktif Terhadap Minat Beli	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Motif Batik Tulis Ciwaringin	7
Gambar 1.2 Pemasaran Interaktif Melalui Facebook	8
Gambar 1.3 Pemasaran Interaktif Melalui Situs Belanja <i>Online</i>	9
Gambar 1.4 Pemasaran Interaktif Melalui Instagram	9
Gambar 1.5 Jawaban Responden Via WhatsApp	10
Gambar 1.6 Visualisasi Konsep AIDDA	20
Gambar 1.7 Kerangka Penelitian	24
Gambar 2.1 Peta Kota Cirebon	39
Gambar 2.2 Data Jumlah Penduduk Kelurahan Kota Cirebon	40
Gambar 2.3 Motif Batik Ciwaringin Pecutan	48
Gambar 2.4 Motif Batik Ciwaringin Ganggangan	49
Gambar 2.5 Motif Batik Ciwaringin Pring Sedapur	50
Gambar 2.6 Motif Batik Ciwaringin Tebu Sekeret	51
Gambar 2.7 Motif Batik Ciwaringin Ceker Ayam	52