

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Skripsi.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Luxury Brand</i> .....	10
2.1.1.1 <i>Brand</i> .....	10
2.1.1.2 <i>Luxury Brand</i> .....	13
2.1.2 Industri Kreatif.....	15
2.1.3 <i>Fashion</i> .....	17
2.1.4 Batik .....	20
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	26
2.3 Kerangka Berfikir.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.3 Prosedur Pengumpulan Data .....	34
3.4 Teknik Analisis .....	38

3.5 <i>Multiple Cases Study</i> .....	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	43
4.2 Triangulasi Data .....	45
4.2.1 Hasil Triangulasi Data .....	45
4.2.1.1 Kajian Literatur .....	45
4.2.1.2 <i>Interview</i> Pakar.....	47
4.2.1.2.1 <i>Interview</i> Terkait Indikator <i>Luxury Brand</i> .....	47
4.2.1.2.2 <i>Interview</i> Terkait Indikator <i>Luxury Batik Brand</i> .....	48
4.3 <i>Snow Ball Sampling</i> pada Objek Observasi .....	56
4.4 Hasil Analisis .....	57
4.4.1 Analisis STARS pada Penerapan <i>Luxury Batik Brand</i> .....	57
4.4.1.1 Pembahasan <i>Step</i> .....	60
4.4.1.2 Pembahasan <i>Treatment</i> .....	62
4.4.1.3 Pembahasan <i>Action</i> .....	72
4.4.1.4 Pembahasan <i>Rational</i> .....	79
4.4.1.5 Pembahasan <i>Speed of Action</i> .....	83
4.5 Interpretasi STARS pada Penerapan <i>Luxury Batik Brand</i> .....	85
4.5.1 Analisis <i>Step</i> .....	85
4.5.2 Analisis <i>Treatment of Uniqueness</i> .....	89
4.5.3 Analisis <i>Action</i> .....	99
4.5.4 Analisis <i>Rational</i> .....	107
4.5.5 Analisis <i>Speed of Action</i> .....	111
4.6 Kerangka STARS pada Penerapan <i>Luxury Batik Brand</i> .....	113
4.6.1 <i>Step of Luxury Batik Brand</i> .....	114
4.6.2 <i>Treatment of Luxury Batik Brand</i> .....	115

4.6.3	<i>Action of Luxury Batik Brand</i> .....	116
4.6.4	<i>Rational of Luxury Batik Brand</i> .....	117
4.6.5	<i>Speed of Luxury Batik Brand</i> .....	118
4.7	Ekstraksi Penelitian Model STARS pada <i>Luxury Batik Brand</i> .....	119
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	126
5.1.1	Kesimpulan Umum .....	126
5.1.2	Kesimpulan Khusus .....	127
5.2	Saran.....	139
5.2.1	Implikasi Manajerial .....	139
5.2.2	Implikasi Akademis .....	141
5.2.3	Keterbatasan Penelitian .....	141
5.2.4	Arah Penelitian Selanjutnya.....	142
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Data Inventory</i> .....	36
Tabel 3.2 Jenis <i>Sampling</i> Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Indikator <i>Luxury Fashion Brand</i> .....	45
Tabel 4.2 Representasi <i>Quotes</i> Berdasarkan Aspek <i>Step</i> .....	60
Tabel 4.3 Representasi <i>Quotes</i> Berdasarkan Aspek <i>Treatment of Uniqueness</i> ....	62
Tabel 4.4 Representasi <i>Quotes</i> Berdasarkan Aspek <i>Action</i> .....	73
Tabel 4.5 Representasi <i>Quotes</i> Berdasarkan Aspek <i>Rational</i> .....	79
Tabel 4.6 Representasi <i>Quotes</i> Berdasarkan Aspek <i>Speed of Action</i> .....	83
Tabel 4.7 Ringkasan STARS pada Pembahasan Dimensi <i>Step</i> .....	120
Tabel 4.8 Ringkasan STARS pada Pembahasan Dimensi <i>Treatment of Uniqueness</i> .....	121
Tabel 4.9 Ringkasan STARS pada Pembahasan Dimensi <i>Action</i> .....	122
Tabel 4.10 Ringkasan STARS pada Pembahasan Dimensi <i>Rational</i> .....	123
Tabel 4.11 Ringkasan STARS pada Pembahasan Dimensi <i>Speed of Action</i> .....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Strategy for Dealing with Creative Economy 2014</i> .....	3
Gambar 2.1 <i>The Manufacturing Cycle</i> .....	18
Gambar 2.2 <i>Putting Strategy in Its Place</i> .....	32
Gambar 4.1 <i>Data Structure</i> .....	59
Gambar 4.2 <i>Step of Luxury Batik Brand</i> .....	114
Gambar 4.3 <i>Treatment of Luxury Batik Brand</i> .....	115
Gambar 4.4 <i>Action of Luxury Brand Strategy</i> .....	116
Gambar 4.5 <i>Rational of Luxury Brand Strategy</i> .....	117
Gambar 4.6 <i>Speed of Luxury Batik Brand</i> .....	118
Gambar 5.1 <i>Strategy STARS of Luxury Batik Brand</i> .....	126
Gambar 5.2 <i>Strategy STARS of Luxury Batik Brand dari Batik Sosrokusumo</i> .	131
Gambar 5.3 <i>Strategy STARS of Luxury Batik Brand dari Batik Bayu Sumilir</i> ..	134
Gambar 5.4 <i>Strategy STARS of Luxury Batik Brand dari Batik Dinar Hadi</i> .....	138

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Akademisi Tata Busana
- Lampiran 2 Daftar Pertanyaan *Designer*
- Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Asosiasi
- Lampiran 4 Daftar Pertanyaan Seniman dan Kolektor Batik
- Lampiran 5 Daftar Pertanyaan Pemerintah
- Lampiran 6 Daftar Pertanyaan Pengusaha *Fashion*
- Lampiran 7 Daftar Pertanyaan Pengusaha Batik
- Lampiran 8 Daftar Pertanyaan *Individual Dept Interview*
- Lampiran 9 Hasil Wawancara *Designer* dan Akademisi Tata Busana
- Lampiran 10 Hasil Wawancara Asosiasi
- Lampiran 11 Hasil Wawancara Seniman dan Kolektor Batik
- Lampiran 12 Hasil Wawancara Pemerintah
- Lampiran 13 Hasil Wawancara Pengusaha *Fashion*
- Lampiran 14 Hasil Wawancara Pengusaha Batik
- Lampiran 15 Hasil Wawancara Objek Observasi
- Lampiran 16 Foto Dokumentasi *Interview* Trianggulasi Data Desainer dan Akademisi Tata Busana
- Lampiran 17 Foto Dokumentasi *Interview* Trianggulasi Data Asosiasi
- Lampiran 18 Foto Dokumentasi *Interview* Trianggulasi Data Seniman dan Kolektor Batik
- Lampiran 19 Foto Dokumentasi *Interview* Trianggulasi Data Wawancara Pemerintah
- Lampiran 20 Foto Dokumentasi *Interview* Trianggulasi Data Pengusaha *Fashion*
- Lampiran 21 Foto Dokumentasi *Interview* Trianggulasi Data Pengusaha Batik
- Lampiran 22 Foto Dokumentasi *Interview* Objek Observasi