

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR	
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	ix
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Pengesahan Istilah	6
G. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	9
1. Standar Kualitas Produk	15
2. Pengertian Standar Kualitas Produk	15
3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	17
4. Indikator Kualitas Produk	20

B.	Konsep Volume penjualan Penjualan	22
1.	Pengertian Volume penjualan Penjualan	22
2.	Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan	25
C.	Penelitian Terdahulu	29
D.	Kerangka Berfikir Penelitian	31
E.	Hipotesis Penelitian	33

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
1.	Pendekatan Penelitian	34
2.	Jenis Penelitian	34
B.	Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian	35
1.	Populasi	35
2.	Sampel	36
3.	Teknik Pengambilan Sampel	37
C.	Data, Jenis Data dan Skala Pengukuran	37
1.	Sumber Data	38
2.	Jenis Data	38
D.	Teknik Pengumpulan Data	39
E.	Instrumen Penelitian	39
F.	Teknik Analisis Data	40
1.	Analisis Validitas dan Reabilitas	40
2.	Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov –Smirnov	41
3.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A.	Penyajian Data Hasil Penelitian	44
1.	Latar Belakang Toko Hijab Cahya Tulungagung	44
2.	Deskripsi Responden	45
3.	Rentang Usia Responden	46
B.	Dekripsi Hasil Angket	46
1.	Variabel <i>Strategi Pemasaran</i>	46

a.	Hasil Angket Variabel Kualitas Produk	48
b.	Hasil Angket Variabel Peningkatan Penjualan	49
2.	Analisa Hasil Penelitian	49
a.	Validitas dan Reliabilitas Hasil Penelitian	49
b.	Validitas dan reliabilitas hasil angket <i>Strategi Pemasaran</i> ...	50
c.	Validitas dan reliabilitas hasil angket Kualitas Produk	51
d.	Validitas dan reliabilitas hasil angket Peningkatan Penjualan	51
C.	Analisis Regresi Linier	52
1.	Uji Asumsi	52
a.	Normalitas	52
b.	Linieritas	54
c.	Uji multikolinieritas	55
d.	Heterokedasitas	56
2.	Uji regresi Linier Berganda	57
D.	Analisis Hipotesis	58
1.	Uji t	58
2.	Uji F	59
3.	Koefisien Determinasi	60

BAB V PEMBAHASAN

A.	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan	61
B.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Volume PenjualanToko	62
C.	Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk secara bersamaan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan	63

BAB VI PENUTUP

A.	Kesimpulan	65
1.	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan	65
2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Volume	

Penjualan Toko	65
3. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk secara bersamaan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN