

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	xi
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	10
1. Kegunaan Teoretis	10
2. Kegunaan Praktis	11
E. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	11
1. Identifikasi Masalah	11
2. Pembatasan Masalah.....	12
F. Penegasan Istilah	12
1. Definisi Konseptual	12
2. Definisi Operasional	14
G. Sistematika Penulisan Skripsi	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Strategi	17
B. Pemasaran.....	23
C. Tujuan Sistem Pemasaran	26
D. Strategi Pemasaran Islam	28
E. Segmentasi Pasar	34
1. Kegunaan Segmentasi Pasar.....	36
2. Cara melakukan Segmentasi Pasar	37
F. Konsep Penjualan	39
G. Busana Muslim	41
H. Hasil Penelitian Terdahulu	47
I. kerangka Konsep dan Kerangka Penelitian	51
J. Hipotesis penelitian	52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	53
1. Pendekatan Penelitian	53
2. Jenis Penelitian	53
B. Variabel Penelitian	54
C. Populasi Sample dan Sampling	55
1. Populasi	55
2. Sample	55
3. Sampling	56
D. Instrumen Penelitian	56
E. Data dan Sumber Data	59
F. Tehnik Pengambilan Data	61
1. Observasi	61
2. Metode Kuesioner / Angket	61
3. Metode Dokumentasi	61
G. Analisis Data.....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	72
-------------------------	----

1. Sejarah Berdirinya Toko Busana Muslim	
Ummi Collection	72
2. Karakteristik Responden	76
3. Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner	81
B. Analisis Data	85
1. Uji Validitas	85
2. Uji Reliabilitas	88
4. Uji Asumsi Klasik	91
5. Regresi Linier Berganda	95
6. Uji Hipotesa.....	98
7. Koefisien Determinasi (R^2)	104
BAB V PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Segmentasi Geografis	
Terhadap Volume Penjualan	105
B. Pengaruh Segmentasi Demografis	
Terhadap Volume Penjualan	107
C. Pengaruh Segmentasi Psikografis	
Terhadap Volume Penjualan	108
D. Pengaruh Segmentasi Perilaku	
Terhadap Volume Penjualan	109
E. Pengaruh Segmentasi Geografis, Segmentasi Demografis, Segmentasi Psikografis, Segmentasi Perilaku Terhadap Volume Penjualan.....	110
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	112
B. Saran	113
DAFTAR RUJUKAN	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN	117