**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iii**

**DAFTAR TABEL vi**

**DAFTAR GAMBAR vii**

**ABSTRAK viii**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Identifikasi Masalah 5
	3. Batasan Masalah 6
	4. Rumusan Masalah 6
	5. Tujuan Penelitian 6
	6. Manfaat Penelitian 7

i

* 1. Anggapan Dasar 7
	2. Hipotesis 7

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9**

* 1. Segmentasi Pasar 9
		1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Segmentasi

Pasar 11

* + 1. Tujuan dan Manfaat Segmentasi Pasar 12
		2. Dasar Penerapan Segmentasi Pasar 14
		3. Indikator Segmentasi Pasar 19

iii

* 1. Volume Penjualan 21
		1. Pengertian Volume Penjualan 21
		2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan 22
		3. Metode Dalam Peningkatan Volume Penjualan 25
		4. Indikator Variabel Volume Penjualan 26
	2. Penelitian Terdahulu 28
	3. Kerangka Konseptual 31

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN 34**

* 1. Desain Penelitian 34
	2. Tempat dan Waktu Penelitian 34
		1. Tempat Penelitian 34
		2. Waktu Penelitian 34
	3. Populasi dan Sampel 35
		1. Populasi 35
		2. Sampel 36
	4. Variabel dan Indikator Penelitian 36
		1. Variabel Penelitian 36
		2. Indikator Penelitian 37
		3. Skala Pengukuran Variabel 37
	5. Sumber Data 38
	6. Teknik Pengumpulan Data 39
	7. Teknik Analisis Data 39

iv

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 45**

* 1. Hasil Penelitian 45
	2. Deskripsi Data Hasil Penelitian 47
	3. Pembahasan Hasil Penelitian 66

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 67**

* 1. Kesimpulan 67
	2. Saran 67

**DAFTAR PUSTAKA 69**

v

v

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 28

Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian 35

Tabel 3.2 Jumlah Populasi CV. Cipta Mandiri 35

Tabel 3.3 Indikator Penelitian 37

Tabel 3.4 Bobot Kriteria Jawaban Skala Likert 38

Tabel 3.5 Interprestasi Koefisien Korelasi 43

Tabel 4.1 Hasil Angket Segmentasi Pasar (X) 47

Tabel 4.2 Rangkuman Skor Angket Segmentasi Pasar (X) 49

Tabel 4.3 Hasil Angket Volume Penjualan (Y) 51

Tabel 4.4 Rangkuman Skor Volume Penjualan (Y) 53

Tabel 4.5 Perhitungan Korelasi Product Moment 54

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas 58

Tabel 4.7 Perhitungan Reliabilitas Angket Segmentasi Pasar (X) 60

Tabel 4.8 Perhitungan Reliabilitas Angket Volume Penjualan (Y) 62

vi

v

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 33

Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Cipta Mandiri 46

Gambar 4.2 Grafik Hasil Jawaban Angket Segmentasi Pasar (X) 50

Gambar 4.3 Grafik Hasil Jawaban Angket Volume Penjualan (Y) 54

vii