

DAFTAR ISI

LEMBAR COVER/JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	16
E. Manfaat Penelitian	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
B. Konsep dan Teori	23
1. Manajemen	23
2. Manajemen Pemasaran	27
3. <i>Visual Merchandising</i>	33
4. <i>Store Atmosphere</i>	40
5. <i>Impulse Buying</i>	49
C. Kerangka Berpikir.....	57
D. Hipotesis Penelitian.....	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Metode dan Pendekatan	59
B. Jenis dan Sumber Data	61
C. Populasi dan Sampel	62
D. Operasional Variabel.....	64
E. Teknik Pengumpulan Data.....	69
F. Analisis Data	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	80
B. Data Deskriptif Konsumen Miniso di Kota Bandung.....	84

C. Pengolahan Data Deskriptif	88
D. Analisis Data Penelitian	100
E. Pembahasan.....	113
BAB V PENUTUP.....	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	126

