

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	10
1.2.1. Identifikasi Masalah	10
1.2.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	13
2.1. Kajian Pustaka	13
2.1.1. Ilmu Manajemen.....	13
2.1.1.1. Definisi Manajemen	13
2.1.1.2. Fungsi-Fungsi Manajemen.....	14
2.1.1.3. Peran Manajemen.....	16
2.1.1.4. Unsur-Unsur Manajemen	16
2.1.1.5. Bidang-Bidang Manajemen	17
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2.1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2.2. Tujuan Manajemen Pemasaran	20

2.1.2.3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2.4. Manajemen Pemasaran 4.0.....	22
2.1.3. Atmosfer Toko	23
2.1.3.1. Pengertian Atmosfer Toko	23
2.1.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Atmosfer Toko..	24
2.1.3.3. Indikator Atmosfer Toko.....	25
2.1.4. Kualitas Pelayanan	29
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	29
2.1.4.2. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	30
2.1.4.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	31
2.1.4.4. Indikator Kualitas Pelayanan	33
2.1.5. Pembelian Impulsif.....	34
2.1.5.1. Pengertian Pembelian Impulsif	34
2.1.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif	35
2.1.5.3. Tipe Pembelian Impulsif	36
2.1.5.4. Indikator Pembelian Impulsif.....	36
2.1.6. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	39
2.2. Kerangka Pemikiran	42
2.3. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Metode Penelitian yang Digunakan.....	47
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	49
3.2.1. Definisi Variabel	49
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	50
3.3. Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1. Populasi	52
3.3.2. Sampel.....	53
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1. Sumber Data.....	55
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5. Teknik Analisa Data	57

3.5.1. Analisis Deskriptif.....	57
3.5.2. Analisis Asosiatif	59
3.5.2.1. Pengaruh Atmosfer Toko (X_1) terhadap Pembelian Impulsif (Y)	59
3.5.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Pembelian Impulsif (Y).....	61
3.5.2.3. Pengaruh Atmosfer Toko (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Pembelian Impulsif	64
3.6. Tempat dan Jadwal Penelitian	67
3.6.1. Tempat Penelitian.....	67
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Hasil Penelitian.....	68
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1.1. Sejarah Eiger Adventure Store.....	68
4.1.1.2. Visi dan Misi Eiger Adventure Store	70
4.1.1.3. Struktur Organisasi.....	71
4.1.2. Karakteristik Responden	71
4.1.3. Deskripsi Variabel.....	74
4.1.3.1. Hasil Penelitian Mengenai Atmosfer Toko pada Eiger Adventure Store Banjar.....	75
4.1.3.2. Hasil Penelitian Mengenai Kualitas Pelayanan pada Eiger Adventure Store Banjar	83
4.1.3.3. Hasil Penelitian Mengenai Pembelian Impulsif pada Eiger Adventure Store Banjar	93
4.1.4. Pengujian Hipotesis.....	101
4.1.4.1. Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Eiger Adventure Store Banjar	101
4.1.4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Eiger Adventure Store Banjar	106
4.1.4.3. Pengaruh Atmosfer Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Impulsif di Eiger Adventure Store Banjar.....	112
4.2. Pembahasan	123

4.2.1. Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif pada Eiger Adventure Store Banjar	123
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Impulsif pada Eiger Adventure Store Banjar	124
4.2.3. Pengaruh Atmosfer Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Impulsif pada Eiger Adventure Store Banjar	126
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	128
5.1. Simpulan	128
5.2. Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	