

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi 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, HIPOTESIS ...	13
2.1. Kajian Pustaka.....	13
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen	13
2.1.1.1. Pengertian Manajemen.....	13
2.1.1.2. Fungsi-Fungsi Manajemen.....	14
2.1.1.3. Unsur-Unsur Manajemen	15
2.1.1.4. Tujuan Manajemen.....	16
2.1.1.5. Bidang dan Pendekatan Manajemen	17
2.2.1. Manajemen Pemasaran	18
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran	18

2.2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.1.3. Fungsi Pemasaran.....	20
2.2.1.4. Tujuan Pemasaran	21
2.2.1.5. Strategi Pemasaran	22
2.2.1.6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	22
2.2.1.7. Perilaku Konsumen	30
2.3.1. Visual Merchandising	33
2.3.1.1. Pengertian Visual Merchandising	33
2.3.1.2. Dimensi Visual Merchandising.....	34
2.3.1.3. Indikator Visual Merchandising.....	35
2.3.1.4. Manfaat Program Visual Merchandising	36
2.4.1. Loyalitas Konsumen	38
2.4.1.1. Pengertian Loyalitas Konsumen	38
2.4.1.2. Tingkatan Loyalitas Konsumen	39
2.4.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	40
2.4.1.4. Indikator Loyalitas Konsumen.....	41
2.5.1. Minat Beli Konsumen.....	42
2.5.1.1. Pengertian Minat Beli Konsumen	42
2.5.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	44
2.5.1.3. Indikator Minat Beli Konsumen	44
2.6.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan	46
2.2. Kerangka Pemikiran	48
2.2.1. Pengaruh Visual Merchandising terhadap Minat Beli Konsumen.....	48
2.2.2. Pengaruh Loyalitas Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen.....	49
2.2.3. Pengaruh Visual merchandising dan Loyalitas Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen	50
2.3. Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan.....	53
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	53
3.2.1. Definisi Variabel.....	53

4.1.4.2 Hasil Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis	138
4.1.4.3 Hasil Pengaruh Visual Merchandising dan Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis.....	146
4.2 Pembahasan	158
4.2.1 Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis.....	158
4.2.2 Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis	160
4.2.3 Pengaruh Visual Merchandising dan Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis	162
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	164
5.1 Simpulan.....	164
5.2 Saran	166
DAFTAR PUSTAKA	166
DAFTAR LAMPIRAN	170