

ABSTRACT

PT. Adira Dinamika Multi Finance is a company engaged in the field of non-banking financing. In carrying out the task, should every company, especially service companies provide the best service to customers. The continuity of the company especially in the field of services is very dependent on the quality of service. This study aims to determine the effect of the attractiveness of promotion, and corporate image of purchasing decisions, as well as its impact on repurchase interest. The study is based on the phenomenon of increasingly intense competition among financial institutions in Kendal Regency which is the place where this research was conducted. Efforts to retain customers and increase customer's buying interest in PT. Adira Dinamika Multi Finance Kendal Branch is with variable attractiveness promotion, corporate image, and purchasing decisions.

The sample in this research is taken by using data collection method called Accidental Sampling that is samples taken by chance of customers who are doing transactions in PT. Adira Dinamika Multi Finance. The number of samples used were 150 respondents. The data obtained were processed and analyzed using SPSS software version 16.0 and statistical analysis of path analysis.

The results showed that the attractiveness of the promotion effect on re-buy interest either directly or through purchasing decisions. While the image of the company has an effect on the buying interest either directly or through purchasing decision. The results of this study also shows that purchasing decisions have a positive effect on repurchase interest in PT. Adira Dinamika Multi Finance Kendal Branch.

Keywords: promotional attraction, corporate image, purchasing decisions, and re-buying interests.

ABSTRAK

PT. Adira Dinamika Multi Finance adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan non perbankan. Dalam menjalankan tugas, hendaknya setiap perusahaan terutama perusahaan jasa memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan. Kelangsungan perusahaan khususnya dalam bidang jasa ini sangat bergantung pada kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari daya tarik promosi, dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian, serta dampaknya terhadap minat beli ulang. Penelitian berdasarkan pada fenomena semakin ketatnya persaingan antar lembaga pembiayaan di Kabupaten Kendal yang menjadi tempat di mana penelitian ini dilakukan. Upaya untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan minat beli ulang pelanggan pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Kendal yaitu dengan variabel daya tarik promosi, citra perusahaan, dan keputusan pembelian.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode pengumpulan data yang disebut Acidental Sampling yaitu sampel yang diambil secara kebetulan nasabah yang sedang melakukan transaksi di PT. Adira Dinamika Multi Finance. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 150 responden. Data yang diperoleh diolah dan dianalisis dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 16.0 dan model statistik analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang baik secara langsung maupun melalui keputusan pembelian. Sedangkan citra perusahaan berpengaruh terhadap minat beli ulang baik secara langsung maupun melalui keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Kendal.

Kata Kunci: daya tarik promosi, citra perusahaan, keputusan pembelian, dan minat beli ulang.