

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Motto Dan Persembahan.....	v
Abstrack .....	vi
Abstraksi.....	vii
Intisari .....	viii
Kata Pengantar .....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Daya Tarik Promosi.....	7

2.1.2 Citra Perusahaan .....	9
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.3 Minat Beli Ulang .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Pikir .....	16
2.3.1 Perumusan Hipotesis.....	17
2.3.2 Pengaruh Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	17
2.3.3 Pengaruh Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang ...	17
2.3.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian	
2.3.5 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang .....	18
2.3.6 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel .....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	21
3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan data .....	21
3.4.1 Data Primer.....	21
3.4.2 Data Sekunder .....	22
3.5 Definisi Konseptual Variabel.....	23
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	25
3.7 Teknik Analisis .....	26
3.7.1 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas.....	26

3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	27
3.7.3 Analisis Regresi Berganda .....	29
3.7.4 Pengujian Hipotesis .....	30
3.7.5 Koefisien Determinasi .....	31
3.7.6 Uji Deteksi Pengaruh Mediasi.....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	33
4.2 Analisis Deskriptif .....	35
4.2.1 Variabel Daya Tarik Promosi(X1).....	35
4.2.2 Variabel Citra Perusahaan (X2).....	36
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y1).....	37
4.2.4 Variabel Minat Beli Ulang (Y2) .....	38
4.3 Analisa Kuantitatif .....	39
4.3.1 Uji Validitas .....	39
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	40
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	47
4.3.6 Pengujian Hipotesis .....	48
4.3.7 Sobel Test .....	51
4.3.8 Analisis Jalur (Path Analysis) .....	52
4.4 Pembahasan .....	54

4.4.1	Pengaruh Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang.....	54
4.4.2	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang.....	55
4.4.3	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Minat beli ulang.....	56
4.4.4	Keputusan pembelian Sebagai variabel Intervening.....	57
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>59</b>
5.1	Kesimpulan .....	59
5.2	Implikasi Manajerial .....	60
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang.....	61
5.3.1	Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3.2	Agenda Penelitian Mendatang .....	62