

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	
ix	
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Telaah Pustaka.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Minat Beli Ulang.....	9
2.1.3 Promosi	11
2.1.4 Citra Merek	16

2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pikir.....	21

III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.6 Metode Analisis Data	26
3.6.1 Analisis Kualitatif	26
3.6.2 Analisis Kuantitatif	26

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	32
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	32
4.1.2 Usia Responden	32
4.2 Analisis Deskriptif	33
4.2.1 Variabel Promosi	33
4.2.2 Variabel Citra	37
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian	42
4.2.4 Variabel Minat Beli Ulang	47
4.3 Analisis Kuantitatif	50
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	52
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.5 Koefisien Determinasi	58
4.3.6 Pengujian Hipotesis	59
4.3.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	62
4.4 Pembahasan	63

4.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang	63
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang	64
4.4.3	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang	66
4.4.4	Minat Beli Sebagai Variabel Intervening	66

V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69
5.3	Kelemahan Penelitian.....	70
5.4	Implikasi Manajerial	70
5.5	Agenda Penelitian Yang Akan Datang	71

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN