

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Secara Teoritis.....	6
2. Manfaat Secara Praktis.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu .....	7
B. Konsep dan Teori .....	11
1. <i>Grand Theory</i> .....	11
a. Pengertian Manajemen.....	11
b. Tujuan Manajemen .....	14
c. Fungsi Manajemen.....	15
d. Manfaat Manajemen .....	15
2. <i>Middle Theory</i> .....	18
a. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	18
b. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	18

c. Fungsi Manajemen Pemasaran .....	19
d. Manfaat Manajemen Pemasaran.....	21
e. <i>Marketing Mix</i> .....	21
f. <i>Service Profit Chain</i> .....	22
C. Variabel Penelitian .....	24
1. <i>Sistem Loyalty</i> .....	24
a. Pengertian <i>Sistem Loyalty</i> .....	24
b. Tujuan <i>Sistem Loyalty</i> .....	25
c. Fungsi <i>Sistem Loyalty</i> .....	25
d. Manfaat <i>Sistem Loyalty</i> .....	26
2. Promosi Penjualan .....	28
a. Pengertian promosi penjualan .....	28
b. Tujuan promosi penjualan.....	28
c. Fungsi promosi penjualan .....	29
d. Manfaat promosi penjualan.....	30
e. Promosi Digital.....	32
3. Pemesanan <i>Online</i> .....	34
a. Pengertian Pemesanan <i>Online</i> .....	34
b. Tujuan Pemesanan <i>Online</i> .....	34
c. Fungsi Pemesanan <i>Online</i> .....	35
d. <i>Digital Marketing</i> .....	35
4. Keputusan Pembelian Kembali .....	37
a. Teori Kepribadian Konsumen .....	37
b. Citra Merek .....	39
c. Program Loyalitas.....	39
D. Kerangka Berpikir .....	40
1. Pengaruh <i>Sistem Loyalty</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	40
Kembali	
2. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian ....	40
kembali	
3. Pengaruh Pemesanan <i>Online</i> terhadap Keputusan Pembelian ....	40

kembali	
4. Pengaruh <i>Sistem Loyalty</i> , Promosi Penjualan dan Pemesanan ... <i>Online</i> terhadap Keputusan Pembelian Kembali	41
E. Hipotesis.....	44
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A. Metode dan Pendekatan Penelitian .....	45
B. Jenis dan Sumber Data.....	44
1. Jenis Data .....	45
2. Sumber Data.....	45
C. Populasi dan Sampel.....	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel .....	46
D. Operasional Variabel.....	47
1. Variabel Independen (X) .....	47
2. Variabel Dependen (Y).....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
1. Studi Kepustakaan .....	50
2. Kuisisioner .....	50
F. Teknik Analisis Data.....	52
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	52
2. Uji Instrumen Data .....	52
a. Uji Validitas.....	52
b. Uji Reliabilitas.....	53
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4. Uji Hipotesis.....	56
a. Uji Parsial (Uji-t) .....	56
b. Uji Simultan (Uji-F) .....	56
c. Koefisien Determinasi.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
A. Hasil Penelitian .....	58
1. Gambaran Umum PT Bumi Berkah Boga .....	58

a. Sejarah Singkat.....	58
b. Profil Perusahaan .....	59
1) Visi .....	59
2) Misi.....	59
3) Logo.....	59
4) Alamat.....	60
5) Situs .....	60
6) Kontak.....	60
7) Bentuk usaha. ....	60
8) Pendiri.....	61
9) Jenis usaha .....	61
c. Portofolio .....	61
d. Konsep Perolehan Data .....	62
2. Deskripsi Data Responden .....	64
a. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	65
1) Karakteristik responden berdasarkan usia .....	65
2) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	66
3) Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	67
4) Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per-bulan	68
5) Karakteristik responden berdasarkan asal daerah .....	70
b. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden .....	71
1) Tanggapan mengenai <i>Sistem Loyalty</i> (X1).....	73
2) Tanggapan mengenai Promosi Penjualan (X2).....	74
3) Tanggapan mengenai Pemesanan <i>Online</i> (X3).....	75
4) Tanggapan mengenai Keputusan Pembelian Kembali (Y)..	77
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
1. Pengaruh <i>Sistem Loyalty</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian... Kembali (Y)	78
2. Pengaruh Promosi Penjualan (X2) terhadap Keputusan .....	79
Pembelian Kembali (Y)	
3. Pengaruh Pemesanan <i>Online</i> (X3) terhadap Keputusan .....	79

Pembelian Kembali (Y)	
4. Pengaruh <i>Sistem Loyalty (X1)</i> , Promosi Penjualan (X2) dan ..... 80	
Pemesanan <i>Online (X3)</i> terhadap Keputusan Pembelian	
Kembali (Y)	
C. Hasil Analisis Data .....	81
1. Uji Instrumen Data .....	81
a. Uji Validitas.....	81
b. Uji Reliabilitas.....	83
2. Uji Regresi Linear Berganda.....	85
3. Uji Hipotesis.....	88
a. Uji Parsial (Uji-t) .....	88
b. Uji Simultan (Uji-F) .....	90
c. Koefisien Determinasi.....	91
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>

