

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Lingkup Penelitian.....	12
1.7. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Perilaku Konsumen	14
2.2. Teori <i>Attitude</i>	17
2.3. Citra Negara Asal (<i>Country of Origin</i>)	19
2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	24
2.5. Persepsi Kualitas.....	30
2.6. Niat Pembelian	33
2.7. Kajian Penelitian Terdahulu	37
2.8. Perumusan Hipotesis.....	39

2.8.1. Citra Negara Asal pada Niat Pembelian.....	39
2.8.2. Citra Merek pada Niat Pembelian.....	41
2.8.3. Persepsi Kualitas pada Niat Pembelian.....	42
2.9. Model Penelitian.....	44
BAB III METODA PENELITIAN.....	45
3.1. Objek Penelitian.....	45
3.2. Rancangan Penelitian.....	45
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	46
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	48
3.5. Populasi dan Sampel.....	48
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7. Skala Pengukuran.....	49
3.8. Uji Validitas.....	49
3.9. Uji Reliabilitas.....	50
3.10. Metode Analisis Data.....	50
3.10.1 Analisis Regresi Berganda.....	51
3.11. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Profil Responden.....	55
4.2. Hasil Pengujian Pretest.....	57
4.2.1 Pengujian Validitas Pretest.....	57
4.2.2 Pengujian Reliabilitas Pretest.....	58
4.3. Hasil Pengujian Penelitian.....	60
4.3.1 Pengujian Validitas Penelitian.....	60
4.3.2 Pengujian Reliabilitas Penelitian.....	61
4.4. Statistik Deskriptif.....	62
4.5. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	65
4.5.1 Missing Value.....	65
4.5.2 Heteroskedastisitas.....	65
4.5.3 <i>Normality</i>	66
4.5.4 F-Test.....	67

4.5.5 R Square	68
4.5.6 T Test.....	69
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis	70
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
4.7.1 Hasil Pengujian Hipotesis 1.....	71
4.7.2 Hasil Pengujian Hipotesis 2.....	72
4.7.3 Hasil Pengujian Hipotesis 3.....	73
4.8. Analisis Keseluruhan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Keterbatasan	80
5.3. Implikasi	80
5.4. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kajian Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 4.1. Profil Responden	55
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Pretest.....	58
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas Pretest	59
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Penelitian.....	61
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Penelitian	62
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4.7. Hasil Analisis F Statistik	67
Tabel 4.8. Hasil Analisis R Square	68
Tabel 4.9. Hasil Analisis t-Statistik	69
Tabel 4.10. Pengujian Hipotesa.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pangsa Pasar Industri Kosmetik	2
Gambar 1.2. Preferensi Merek Kosmetik Konsumen Indonesia (2016)	4
Gambar 1.3. Persentase Penjualan Produk Kosmetik Brand Lokal & Asing	5
Gambar 2.1. Model Penelitian	44
Gambar 4.1. Diagram Scatter Plot	66
Gambar 4.2. Uji Normalitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	93
Lampiran 2 Uji Validitas Pre Test	97
Lampiran 3 Uji Reliabilitas Pre Test	98
Lampiran 4 Uji Validitas Aktual	103
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Aktual.....	104
Lampiran 6 Uji Regresi Aktual	105