



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
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 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Citra Negara-Produk	10
2.2 Citra Merek	14
2.3 Sikap.....	15
2.4 Niat pembelian	17
2.5 Kajian Penelitain Terdahulu.....	19
2.6 Perumusan Hipotesis	22
2.6.1 Citra Negara-Produk Pada Niat Pembelian	22
2.6.2 Citra Negara-Produk Pada Sikap.....	23
2.6.3 Sikap Pada Niat Pembelian.....	24
2.6.4 Citra Merek Pada Sikap.....	25
2.6.5 Citra Merek Pada Niat Pembelian	26
2.7 Model penelitian.....	27



BAB III METODA PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Metoda Pengumpulan Data	29
3.2.1 Populasi dan Unit Sampel.....	30
3.3 Instrumen Penelitian.....	30
3.3.1 Variabel penelitian.....	32
3.3.2 Definisi Operasional	33
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	35
3.4.1 Uji Validitas.....	35
3.4.2 Uji Reliabilitas	38
3.5 Uji Multikolinieritas	39
3.6 Metoda Analisis Data	40
3.6.1 Metoda Regresi Linear Sederhana.....	40
3.6.1 Metoda Regresi Linear Berganda	40
3.6 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV ANALISIS DATA	42
4.1 Analisis Karakteristik Responden	42
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	43
4.1.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	44
4.1.4 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	44
4.1.5 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.6 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	46
4.1.7 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.2 Analisis Deskriptif.....	47
4.3 Hasil Analisis Data.....	49
4.3.1 Uji Mutikolinieritas	50
4.4 Uji Hipotesis.....	51
4.5 Pembahasan dan Diskusi	53
4.5.1 Citra Negara-Produk Pada Niat Pembelian	54
4.5.2 Citra Negara-Produk Pada Sikap.....	56



4.5.3 Sikap Pada Niat Pembelian.....	58
4.5.4 Citra Merek Pada Sikap	59
4.5.5 Citra Merek Pada Niat Pembelian	61
4.6 Analisis Mediasi	62
BAB V SIMPULAN	66
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Implikasi	68
5.2.1 Implikasi Manajerial	68
5.3 Keterbatasan Penelitian	69
5.4 Arah Riset Mendatang	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74