

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTARCT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Merek .....	13
2.1.2 Citra Merek .....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3.1 Minat Beli Konsumen .....	22
2.1.4 <i>Country of Origin</i> .....	24
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.2.1 Hubungan Antara <i>Country of Origin</i> dan Citra Merek.....	27
2.2.2 Hubungan Antara Citra Merek dan Minat beli .....	28

2.2.3	Hubungan Antara Country Of Origin Dengan Minat beli .....	29
2.3	Penelitian Tredahulu.....	30
<b>BAB III</b>		
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.1.1	Variabel Penelitian.....	36
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel .....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4	Metode pengumpulan Data .....	42
3.5	Metode Analisa data .....	44
3.5.1	Analisis Multivariat .....	44
3.5.2	Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....	45
3.5.3	Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural.....	46
3.5.4	Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan.....	46
3.5.5	Evaluasi Asumsi SEM .....	46
3.5.6	Menilai Identifikasi Model Struktural .....	48
3.5.7	Menilai Kriteria Goodness-of-Fit .....	49
3.5.8	Measurement Model Fit.....	52
3.5.9	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	53
<b>BAB IV</b>		
<b>HASIL DAN ANALISIS .....</b>		
4.1	Deskripsi Objek penelitian.....	54
4.1.1	Responden Berdasarkan Usia .....	56
4.1.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
4.1.3	Responden Berdasarkan Anggaran Rata-Rata Pembelian Kosmetik Perbulan.....	58
4.2	Analisis Data.....	60
4.2.1	Interpretasi Hasil.....	60

4.2.1.1	Uji Validitas .....	60
4.2.1.2	Uji Reliabilitas .....	61
4.3.	Hasil Analisis Data SEM .....	63
4.3.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	64
4.3.1.2	<i>Confirmatory Faktor Analisis Country of Origin</i> .....	64
4.3.1.3	<i>Confirmatory Faktor Analisis Citra Merek</i> .....	67
4.3.1.4	<i>Confirmatory Faktor Analisis Minat Beli</i> .....	70
4.3.2	Analisis Full SEM.....	72
4.3.2.1	Asumsi SEM .....	73
4.3.2.1.1	Evaluasi Normalitas Data.....	73
4.3.2.1.2	Evaluasi <i>Outlier</i> Data.....	74
4.3.2.1.3	Uji Multikolinearitas.....	79
4.3.2.1.4	Uji Kecukupan data (Indeks Hoelter) .....	80
4.3.2.1.5	Evaluasi Nilai Residual.....	81
4.3.2.1.6	<i>Full Structural Model</i> .....	82
4.3.2.1.7	Uji Hipotesis.....	85
4.3.2.1.8	Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect .....	87
4.4	Pembahasan.....	89
4.4.1	H1: Country Of Origin berpengaruh positif terhadap Citra merek.....	90
4.4.2	H2: Citra Merek berpengaruh positif terhadap Minat Beli.....	91
4.4.3	H3: Country Of Origin berpengaruh positif terhadap Minat Beli.....	91
BAB V		
PENUTUP.....		
5.1	Simpulan .....	93
5.2	Implikasi Teoritis .....	94
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	95
5.4	Saran .....	96
5.4.1	Implikasi Kebijakan.....	96
5.4.2	Penelitian Mendatang.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....		
LAMPIRAN A .....		
		104