

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 <i>Consumer Ethnocentrism</i> .....	12
2.1.2 <i>Perceived Value</i> .....	13
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	16
2.1.4 Minat Beli Konsumen .....	19
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5 Metode Analisis Data .....	35
<b>BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.3 Analisis Hasil Penelitian .....	56
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian .....	77
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan .....	87

5.1.1 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	88
5.2 Implikasi Teoritis.....	91
5.3 Implikasi Manajerial.....	94
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>