

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>II</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>IV</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VII</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>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Minat Beli Ulang .....	18
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.3 <i>Country Of Origin</i> .....	23
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i> .....	24
2.2 Hubungan Antar Variabel Dan Pengembangan Hipotesis.....	26

2.2.1	Hubungan Antara <i>Country Of Origin</i> Dengan <i>Brand Image</i> .....	26
2.2.2	Hubungan Antara <i>Country Of Origin</i> Dengan Minat Beli Ulang .....	27
2.2.3	Hubungan Antara <i>Celebrity Endorser</i> Dengan <i>Brand Image</i> .....	28
2.2.4	Hubungan Antara <i>Celebrity Endorser</i> Dengan Minat Beli Ulang .....	29
2.2.5	Hubungan Antara <i>Brand Image</i> Dengan Minat Beli Ulang .....	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	32
2.4	Hipotesis Yang Dihasilkan .....	32
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.1.1	Variabel Penelitian .....	34
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.2	Populasi Dan Sampel .....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Jenis Dan Sumber Data .....	39
3.3.1	Data Primer.....	39
3.3.2	Data Sekunder.....	39
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5	Metode Analisis Data.....	41
3.5.1	Uji Validitas .....	41
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	42
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.3.1	Uji Multikolonieritas.....	42
3.5.3.2	Uji Autokorelasi .....	43
3.5.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	45
3.5.4.1	Uji Sobel (Sobel Test).....	46
3.5.5	Uji Kelayakan Model.....	47
3.5.5.1	Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik T) .....	47
3.5.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	48

3.5.5.3 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	48
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>50</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.1 Uji Instrumen Penelitian .....	54
4.2.1.1 Uji Validitas.....	54
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	56
4.2.2.1 Uji Multikolinieritas .....	57
4.2.2.2 Uji Autokorelasi.....	58
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.2.2.4 Uji Normalitas.....	61
4.2.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	63
4.2.3.1 Uji Sobel (Sobel Test).....	65
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	67
4.2.4.1 Uji Signifikansi Individual (Uji Statistic T) .....	67
4.2.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	70
4.2.4.3 Uji Determinasi (Uji $R^2$ ).....	72
4.2.5 Deskripsi Variabel Penelitian.....	73
4.2.5.1 Variabel <i>Country Of Origin</i> .....	74
4.2.5.2 Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	75
4.2.5.3 Variabel Minat Beli Ulang .....	76
4.2.5.4 Variabel <i>Brand Image</i> .....	78
4.3 Interpretasi Hasil.....	79
4.3.1 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	79
4.3.2 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....	80
4.3.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i> .....	80

4.3.4 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....	81
4.3.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap Minat Beli Ulang ..	82
4.3.6 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap Minat Beli Ulang Melalui <i>Brand Image</i>	83
4.3.7 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli Ulang Melalui <i>Brand Image</i>	83
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>84</b>
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Implikasi Teoritis.....	86
5.3 Implikasi Manajerial.....	88
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	88
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN B TABULASI DATA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN C OUTPUT SPSS.....</b>	<b>116</b>