

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORSINALITAS	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Peneltian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	9
2.1 Deskripsi Konseptual	9
2.1.1 <i>Country of Origin</i>	9
2.1.2 Keakraban Merek	11
2.1.3 Citra Merek	13
2.1.4 Niat Membeli	16
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	18
2.3 Kerangka Teoritik	26
2.4 Kerangka Pemikiran	31
2.5 Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Operasionalisasi Variabel	35
3.6 Skala Pengukuran.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.7.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	44
3.7.4 Kesesuaian Model	45
3.7.5 Pengujian Hipotesis	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskripsi Data.....	48
4.2 Hasil Analisis Data.....	50
4.2.1 Analisis Data Deskriptif	50
4.2.2 <i>Exploratory Factor Analysis</i>	54
4.2.3 Uji Reliabilitas	58
4.2.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	59
4.2.5 <i>Full Model SEM</i>	64
4.2.6 <i>Fit Model SEM</i>	66
4.3 Uji Hipotesis	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi	74
5.3 Saran	75
5.3.1 Saran Praktis.....	75
5.3.2 Saran Teoritis	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82
RIWAYAT HIDUP	107