

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSERTUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS 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>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	16

1.4.1 Manfaat Teoritis .....	16
1.4.2 Manfaat Praktis .....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	19
2.1.1 Theory of Planned Behavior .....	19
2.1.2 Citra Negara Asal .....	20
2.1.3 Citra Merek .....	23
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	34
2.3.1 Hubungan Antara Citra Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2 Hubungan Antara Citra Negara Asal terhadap Citra Merek .....	35
2.3.3 Hubungan Antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.4 Kerangka Pemikiran.....	37
2.5 Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	40
3.1.1 Variabel Penelitian .....	40
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	41

3.2 Populasi dan Sampel .....	43
3.2.1 Populasi .....	43
3.2.2 Sampel.....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5 Metode Analisa Data.....	45
3.5.1 <i>Research Instrument Test</i> .....	45
3.5.2 SEM <i>Assumption Test</i> .....	46
3.5.3 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	48
3.6 Uji Hipotesis.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	52
4.2 Deskripsi Responden.....	56
4.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	57
4.2.2 Usia Responden.....	58
4.2.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	59
4.2.4 Pekerjaan Responden .....	60
4.2.5 Pendapatan Responden.....	61
4.2.6 Tipe Mobil Responden.....	61
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	62

4.3.1 Uji Validitas .....	63
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	65
4.4 Uji Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	66
4.4.1 Uji Normalitas .....	66
4.4.2 Uji <i>Outlier</i> .....	68
4.4.3 Uji <i>Residual Value</i> .....	69
4.5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	70
4.5.1 CFA Eksogen .....	71
4.5.2 CFA Endogen .....	73
4.6 <i>Full Model</i> .....	75
4.7 Pembahasan .....	77
4.7.1 Uji Hipotesis Penelitian .....	77
4.7.1.1 Hipotesis 1 (Citra Negara Asal Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Keputusan Pembelian) .....	78
4.7.1.2 Hipotesis 2 (Citra Negara Asal Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Citra Merek) .....	79
4.7.1.3 Hipotesis 3 (Citra Merek Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Keputusan Pembelian) .....	80
4.7.2 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total .....	82
4.7.2.1 Hasil Pengaruh Langsung .....	82

4.7.2.2 Hasil Pengaruh Tidak Langsung .....	83
4.7.2.3 Hasil Pengaruh Total.....	84
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Implikasi Teoritis .....	86
5.3 Implikasi Manajerial .....	89
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.5 Saran terhadap Penelitian Mendatang.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

