

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Kontribusi Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	7
1. Pemasaran .....	7
a. Definisi Pemasaran.....	7
2. Perilaku Konsumen .....	8
a. Definisi Perilaku Konsumen .....	8
3. Niat Pembelian.....	9

a. Pengertian Niat Pembelian .....	9
b. Faktor-Faktor Niat Pembelian.....	10
b. Indikator Niat Pembelian .....	11
4. Harga .....	11
a. Pengertian Harga .....	11
b. Tujuan Penetapan Harga .....	12
c. Metode Penetapan Harga.....	14
d. Dimensi Harga .....	15
5. Citra Merek .....	15
a. Pengertian Citra Merek .....	15
b. Dimensi Citra Merek.....	16
6. Citra Negara Asal.....	17
a. Pengertian Citra Negara Asal .....	17
b. Dimensi Citra Negara Asal .....	19
c. Indikator Citra Negara Asal .....	20
7. Hubungan Antar Variable .....	20
a. Hubungan Antar Harga Dengan Niat Pembelian .....	20
b. Hubungan Antar Citra Merek Dengan Niat Pembelian .....	21
c. Hubungan Antar Citra Negara Asal Dengan Niat Pembelian .....	22
8. Penelitian Terdahulu .....	23
B. Rerangka Pemikiran .....	27
C. Hipotesis Penelitian .....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	28
B. Desain Penelitian .....	28
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	29
1. Definisi .....	29
2. Operasional Variabel .....	30
D. Pengukuran Variabel .....	32
E. Populasi dan Sampel .....	33
1. Populasi Penelitian .....	33
2. Sampel Penelitian .....	33
F. Teknik Pengumpulan Data .....	34
G. Jenis Data Penelitian .....	35
H. Metode Analisis Data .....	35
1. Analisis Deskriptif .....	35
2. SEM - PLS .....	36
a). Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	36
b). Pengujian Model Struktur Atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ). .....	38

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Body Butter The Body Shop .....	39
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	41
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Body Butter The Body Shop .....	41
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	43
C. Karakteristik Jawaban Kuesioner .....	44
1. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Harga .....	44
2. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	47
3. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Citra Negara Asal ....	50
4. Karakteristik Jawaban Responden Variabel Niat Pembelian .....	55
D. Metode Analisis Data: <i>Component Based Structure Equation</i>	
<i>Modeling</i> .....	57
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	57
a). <i>Convergent Validity</i> .....	57
b). <i>Discriminant Validity</i> .....	61
c). <i>Average Extracted Variance (AVE)</i> .....	62
d). Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ).....	63
2. Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	64
a). Nilai R Square .....	64
b). Goodness Of Fit Models .....	64
c). Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	65
E. Pembahasan .....	67
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian .....	68
2. Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Niat Pembelian .....	68
3. Pengaruh Harga Terhadap Niat Pembelian .....	69

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	71
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

