

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Tinjauan Pustaka .....	10
1.5.1 Tinjauan Teoritis.....	10
1.5.1.1 Perilaku Konsumen .....	10
1.5.1.2 Pemasaran .....	16
1.5.1.3 <i>Country of Origin</i> .....	22
1.5.1.4 <i>Brand Ambassador</i> .....	25
1.5.1.5 <i>Brand Image</i> .....	29
1.5.1.6 Minat Beli .....	32
1.5.2 Tinjauan Empiris.....	35
1.6 Pengaruh antar Variabel .....	48
1.6.1 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	48

1.6.2 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Image</i> .....	49
1.6.3 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli .....	50
1.6.4 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli .....	51
1.6.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli .....	53
1.7 Kerangka Pemikiran .....	54
1.8 Hipotesis .....	61
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional .....	63
1.9.1 Definisi Konsep .....	63
1.9.2 Definisi Operasional .....	64
1.10 Metode Penelitian .....	66
1.10.1 Tipe Penelitian .....	66
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian .....	66
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	66
1.10.4 Sumber Data .....	67
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	67
1.10.6 Populasi dan Sampel.....	68
1.10.7 Teknik Pengambilan Sampel .....	70
1.10.8 Uji Instrumen .....	71
1.10.8.1 Uji Validitas .....	71
1.10.8.2 Uji Reliabilitas .....	73
1.10.9 Teknik Analisis Data .....	73
1.10.9.1 Analisis Deskriptif .....	73
1.10.9.2 Analisis Statistik Inferensial .....	74
<b>BAB II</b> .....	<b>80</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>80</b>
2.1 Sejarah Perusahaan Nature Republic.....	80
2.2 Nature Republic Indonesia .....	81
2.3 <i>Brand Ambassador</i> Nature Republic.....	83
2.4 Media Sosial dan <i>Official Online Store</i> Nature Republic Indonesia.....	83
<b>BAB III</b> .....	<b>85</b>

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	85
3.1 Hasil Uji Instrumen .....	85
3.1.1 Uji Validitas .....	86
3.1.2 Uji Reliabilitas .....	88
3.2 Karakteristik Responden .....	89
3.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	89
3.2.2 Usia Respoden .....	90
3.3 Teknik Analisis Data .....	92
3.3.1 Analisis Deskriptif .....	92
3.3.1.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Country of Origin</i> .....	93
3.3.1.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand ambassador</i> .....	103
3.3.1.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	116
3.3.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli .....	126
3.3.2 Analisis Inferensial .....	133
3.3.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	133
3.3.2.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	139
3.3.2.3. Pengujian Hipotesis.....	141
3.4. Pembahasan .....	146
BAB IV PENUTUP .....	156
4.1 Kesimpulan.....	156
4.2 Saran .....	157
DAFTAR PUSTAKA .....	160
LAMPIRAN .....	166

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Asal Negara Produk Perawatan Kulit yang Diminati di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2 Produk Kosmetik Paling Diminati di Indonesia .....	4
Tabel 1. 3 Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 1. 4 Skala Likert .....	68
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Country of Origin .....	86
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Brand ambassador .....	87
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image .....	87
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	88
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	89
Tabel 3. 6 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	90
Tabel 3. 7 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	91
Tabel 3. 8 Produk kosmetik dan perawatan kulit asal Korea Selatan memiliki kualitas yang baik dengan kemampuan teknologi yang tinggi.....	94
Tabel 3. 9 Korea Selatan adalah produsen kosmetik dan produk perawatan kulit yang inovatif dibidang kecantikan.....	95
Tabel 3. 10 Sumber daya manusia Negara Korea Selatan memiliki kinerja yang baik dan kreatif.....	97
Tabel 3. 11 Korea Selatan adalah produsen kosmetik dan perawatan kulit dengan selera desain yang baik.....	98
Tabel 3. 12 Korea Selatan merupakan salah satu pusat perkembangan industri kosmetik dan perawatan kulit.....	100
Tabel 3. 13 Negara Korea Selatan memiliki reputasi yang baik dalam memproduksi produk kosmetik dan perawatan kulit .....	101
Tabel 3. 14 Rata-rata Item Variabel Country of Origin .....	102
Tabel 3. 15 Mengetahui boy grup NCT 127 sebelum menjadi brand ambassador Nature Republic .....	104
Tabel 3. 16 Mengikuti akun media sosial brand ambassador Nature Republic .....	105

Tabel 3. 17 Brand ambassador Nature Republic menyampaikan informasi rinci mengenai produk yang diiklankan .....	107
Tabel 3. 18 Brand ambassador Nature Republic menyampaikan pesan iklan secara objektif sesuai dengan kenyataan.....	108
Tabel 3. 19 Brand ambassador Nature Republic memiliki kekuatan untuk menarik perhatian.....	110
Tabel 3. 20 Brand ambassador Nature Republic memiliki citra yang sesuai dengan konsep produk .....	111
Tabel 3. 21 Brand ambassador Nature Republic memiliki kemampuan dalam membangun keyakinan bahwa produk memiliki banyak manfaat .....	112
Tabel 3. 22 Brand ambassador Nature Republic mampu meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian.....	114
Tabel 3. 23 Rata-rata Item Variabel brand ambassador .....	115
Tabel 3. 24 Perusahaan Nature Republic memiliki reputasi yang baik .....	117
Tabel 3. 25 Yakin pada pengalaman perusahaan Nature Republic dalam memproduksi produk .....	118
Tabel 3. 26 Nature Republic merupakan produk perawatan kulit yang terpercaya ..	120
Tabel 3. 27 Produk Nature Republic dikenal konsumen memiliki kualitas yang baik .....	121
Tabel 3. 28 Pemakaian produk Nature Republic mencerminkan status sosial yang tinggi .....	122
Tabel 3. 29 Nature Republic memiliki citra yang baik di mata pelanggan.....	124
Tabel 3. 30 Rata-rata Item Variabel Brand Image .....	125
Tabel 3. 31 Mengumpulkan informasi sebanyak mungkin mengenai Nature Republic sebelum melakukan pembelian .....	126
Tabel 3. 32 Mempertimbangkan untuk membeli produk Nature Republic.....	128
Tabel 3. 33 Tertarik untuk mencoba produk Nature Republic.....	129
Tabel 3. 34 Ingin mencari tahu berbagai kelebihan dari produk Nature Republic ...	130
Tabel 3. 35 Nature Republic menjadi produk perawatan kulit pilihan .....	131

Tabel 3. 36 Rata-rata Item Variabel Minat Beli.....	132
Tabel 3. 37 Hasil Outer Loading.....	135
Tabel 3. 38 Hasil Cross Loading.....	136
Tabel 3. 39 Composite Reliability .....	138
Tabel 3. 40 Koefesien Determinasi.....	139
Tabel 3. 41 Hasil Pegujian Hipotesis .....	143

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 1. 3 Model Penelitian Terdahulu.....	56
Gambar 1. 4 Model Penelitian Terdahulu.....	56
Gambar 1. 5 Model Penelitian Terdahulu.....	57
Gambar 1. 6 Model Penelitian Terdahulu.....	57
Gambar 1. 7 Model Penelitian Terdahulu.....	58
Gambar 1. 8 Model Penelitian Terdahulu.....	58
Gambar 1. 9 Model Penelitian Terdahulu.....	59
Gambar 1. 10 Model Penelitian Terdahulu.....	59
Gambar 1. 11 Model Penelitian Terdahulu.....	60
Gambar 1. 12 Model Penelitian Terdahulu.....	60
Gambar 1. 13 Model Penelitian Terdahulu.....	61
Gambar 1. 14 Model Penelitian Terdahulu.....	61
Gambar 1. 15 Hipotesis Penelitian.....	63
Gambar 1. 16 Model SEM-PLS.....	77
Gambar 3. 1 Diagram Jalur dan Nilai <i>Loading Factor</i> .....	134
Gambar 3. 2 Model PLS <i>Bootstrapping</i> .....	142