

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
INTISARI.....	x
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR GRAFIK.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Animosity</i>	11
2.1.2 Etnosentrisme.....	14
2.1.3 Religiusitas.....	17

2.1.4	<i>Customer Value</i>	21
2.1.5	Keputusan Pembelian	24
2.2	Pengembangan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	26
2.2.1	Hubungan antara <i>Animosity</i> dengan Keputusan Pembelian	26
2.2.2	Hubungan antara Etnosentrisme dengan Keputusan Pembelian ...	27
2.2.3	Hubungan antara Religiusitas dengan Keputusan Pembelian	28
2.2.4	Hubungan <i>Customer Value</i> dengan Keputusan Pembelian	28
2.2.5	Hubungan antara <i>Animosity</i> dengan Keputusan Pembelian Dimoderasi oleh <i>Customer Value</i>	29
2.2.6	Hubungan antara Etnosentrisme dengan Keputusan Pembelian Dimoderasi oleh <i>Customer Value</i>	30
2.2.7	Hubungan antara Religiusitas dengan Keputusan Pembelian Dimoderasi oleh <i>Customer Value</i>	31
2.3	Kerangka Berpikir	32
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel	34
3.3	Sumber dan Jenis Data	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Variabel dan Indikator Penelitian.....	37
3.6	Skala Pengukuran Variabel Penelitian	38
3.7	Teknik Analisis Data	39
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2	Uji Kausalitas Data	39
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.7.5	Uji Parsial (Uji t)	42

3.7.6 Uji Interaksi (<i>Moderated Regression Analysis</i>).....	43
3.7.7 Koefisien Determinasi	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Responden.....	45
4.1.1 Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Status Pekerjaan	45
4.1.2 Berdasarkan Usia dan Agama.....	46
4.1.3 Berdasarkan Usia dan Familiaritas Kosmetik China.....	47
4.2 Analisis Deskriptif.....	48
4.2.1 Variabel <i>Animosity</i>	49
4.2.2 Variabel Etnosentrisme.....	50
4.2.3 Variabel Religiusitas.....	51
4.2.4 Variabel <i>Customer Value</i>	52
4.2.5 Variabel Keputusan Pembelian	53
4.3 Uji Kausalitas Data.....	54
4.3.1 Uji Validitas.....	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1 Uji Normalitas	56
4.4.2 Uji Multikolinieritas	57
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.6 Uji Parsial (Uji t)	61
4.7 Uji Interaksi (<i>Moderated Regression Analysis</i>)	64
4.8 Uji Koefisien Determinasi.....	66
4.9 Pembahasan	67
4.9.1 Pengaruh <i>Animosity</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.9.2 Pengaruh Etnosentrisme Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.9.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.9.4 Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap Keputusan Pembelian	70

4.9.5	Pengaruh <i>Animosity</i> Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Customer Value	71
4.9.6	Pengaruh Etnosentrisme Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Customer Value	72
4.9.7	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Oleh Customer Value	73
BAB V PENUTUP.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	77
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang.....	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		86



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Agama	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Animosity</i>	49
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Etnosentrisme	50
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Religiusitas	51
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Customer Value</i>	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Moderasi	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 32



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Nilai Penjualan Kosmetik di Indonesia	2
--	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuesioner.....	85
Lampiran 2 Identitas Responden.....	90
Lampiran 3 Data Kuesioner	97
Lampiran 4 Uji Validitas.....	103
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	107
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 7 Uji Regresi Berganda.....	111
Lampiran 8 Uji Moderasi	113

