

**PENGARUH CITRA MEREK DAN CITRA NEGARA ASAL MEREK
PADA NIAT BELI: KASUS PRODUK KOSMETIK INDONESIA DAN
KOREA**



Disusun oleh:

Florecia Irena Pranajaya

160322572

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

TAHUN 2020

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN CITRA NEGARA ASAL MEREK
PADA NIAT BELI: KASUS PRODUK KOSMETIK INDONESIA DAN
KOREA**

Disusun oleh:

Floencia Irena Pranajaya

160322572

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc. IB, Ph.D. November 2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 896/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 16 Desember 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Florencia Irena Pranajaya
NPM : 160322572

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
FISNIS DAN EKONOMIKA

Jl. Babarsari No. 43 Yogyakarta 55281 Indonesia Kotak Pos 1086 / YKBB
Telp. +62-274-487711 (hunting) Fax. +62-274-485227
Website : //www.uajy.ac.id

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK DAN CITRA NEGARA ASAL MEREK
PADA NIAT BELI: KASUS PRODUK KOSMETIK INDONESIA DAN
KOREA**

Yang disusun oleh

Floencia Irena Pranajaya

NPM: 16 03 22572

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (SI) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Yogyakarta,

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK DAN CITRA NEGARA ASAL MEREK PADA NIAT BELI: KASUS PRODUK KOSMETIK INDONESIA DAN KOREA

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi Sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan

Florenzia Irena Pranajaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus karena berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada program studi manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu setia memberkati dan menyertai penulis sejak awal hingga saat ini.
2. Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc. IB, Ph.D. sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan arahan.
3. Seluruh dosen yang telah mengajar dan membagikan ilmu kepada penulis mulai dari awal semester hingga akhir penulis dapat menyelesaikan Pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Seluruh responden kuesioner yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi.
5. Mama yang sudah selalu sabar menghadapi serta mendampingi dan selalu memberikan yang terbaik buat penulis.
6. Felia, Yokatta, Chandra, Debby, Evan, Baba, Salsa, Bayu, dan teman-teman lain yang selalu setia menemani dan siap sedia membantu menjawab segala pertanyaan penulis dengan sabar dan penuh kasih sayang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dalam hal ini penulis menerima secara terbuka masukan kritik dan saran yang berguna untuk membangun penulisan skripsi ini.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Manfaat penelitian	3
1.5. Sistematika penulisan	3
BAB II.....	5
2.1. Citra Merek.....	5
2.2. Citra Negara	5
2.3. Niat Beli	6
2.4. Penelitian Terdahulu.....	8
2.5. Kerangka Penelitian	16
2.6. Hipotesis Penelitian.....	17
BAB III	19
3.1. Desain Penelitian	19
3.2. Teknik Pengumpulan data	19
3.3. Sampel Penelitian	19
3.4. Metode Pengukuran Data	20
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian.....	20
3.5.1. Uji Validitas	20
3.5.2. Uji Reliabilitas	23
3.6. Metode Analisis Data	24
3.6.1. Analisis Data Deskriptif.....	24

3.6.2.	Metode Regresi Berganda	25
3.6.3.	Metode Pengujian Moderasi	25
BAB IV	27
4.1.	Analisis Karakteristik Demografis	27
4.1.1.	Jenis Kelamin	27
4.1.2.	Usia	28
4.1.3.	Jumlah Pendapatan / Uang Saku rata-rata per bulan.....	29
4.2.	Analisis Regresi Berganda Pengaruh Citra Merek dan Citra Negara Asal Pada Niat Beli Tanpa Variabel Moderasi	30
4.2.1.	Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli Produk Kosmetik Merek Somethinc	31
4.2.2.	Pengaruh Citra Negara pada Niat Beli Produk Kosmetik Merek Somethinc	31
4.2.3.	Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli Produk Kosmetik Merek The Ordinary 31	
4.2.4.	Pengaruh Citra Negara pada Niat Beli Produk Kosmetik Merek The Ordinary 32	
4.3.	Analisis Regresi Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli yang Dimoderasi oleh Citra Negara Asal	32
4.3.1.	Regresi Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli yang Dimoderasi oleh Citra Negara Asal.....	33
4.4.	Pembahasan	35
4.4.1.	Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli Produk Kosmetik Merek Somethinc	35
4.4.2.	Pengaruh Citra Negara Asal pada Niat Beli Produk Kosmetik Merek Somethinc	35
4.4.3.	Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli yang Dimoderasi oleh Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek Somethinc	36
4.4.4.	Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Merek The Ordinary	36
4.4.5.	Pengaruh Citra Negara Asal terhadap Niat Beli Produk Kosmetik Merek The Ordinary	36
4.4.6.	Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli yang Dimoderasi oleh Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek The Ordinary	37
BAB V	38

5.1. Kesimpulan.....	38
5.1.1. Hasil Analisis Karakteristik Demografi Responden:	38
5.1.2. Hasil Analisis	38
5.1.3. Implikasi Manajerial	39
5.2. Keterbatasan Penelitian	39
5.3. Saran Untuk Penelitian Berikutnya	39
DAFTAR PUSTAKA	40

DAFTAR TABEL

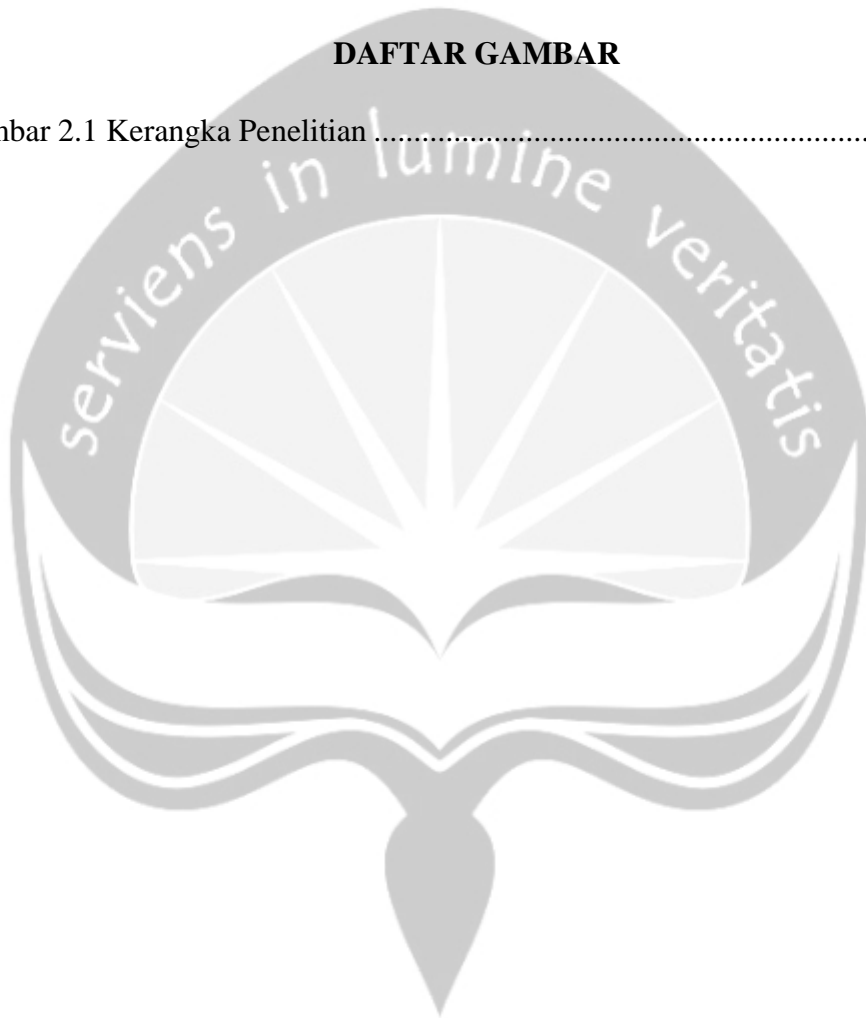
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Data Hasil Uji Validitas Produk Kosmetik Merek Somethinc	20
Tabel 3.2 Data Hasil Uji Validitas Produk Kosmetik Merek The Ordinary	21
Tabel 3.3 Data Hasil Uji Reliabilitas Produk Kosmetik Merek Somethinc.....	23
Tabel 3.4 Data Hasil Uji Reliabilitas Produk Kosmetik Merek The Ordinary	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan / Uang Saku rata-rata per bulan	29
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Tanpa Variabel Moderasi Produk Kosmetik Merek Somethinc	29
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Tanpa Variabel Moderasi Produk Kosmetik Merek The Ordinary.....	30
Tabel 4.6 Hasil Analisis Adj. R Square Tanpa Variabel Moderasi pada Produk Kosmetik Merek Somethinc.....	32
Tabel 4.7 Hasil Analisis Adj. R Square Tanpa Variabel Moderasi pada Produk Kosmetik Merek The Ordinary	32

Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi dengan Variabel Moderasi Citra Negara pada Produk Kosmetik Merek Somethinc 33

Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi dengan Variabel Moderasi Citra Negara pada Produk Kosmetik Merek The Ordinary..... 34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 16



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Produk kosmetik selalu menjadi incaran kaum wanita dan saat ini kaum lelaki juga sudah banyak yang menggunakan produk kosmetik sehingga semakin banyak juga produk-produk kosmetik yang beredar di pasar. Semua negara dan perusahaan sedang berlomba-lomba untuk menciptakan produk kosmetik yang terbaik. Seperti negara Indonesia dan Korea yang saat ini memiliki berbagai macam produk kosmetik. Baru-baru ini produk lokal sedang marak di pasaran karena para pengusaha sedang berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan. Banyaknya produk kosmetik dari berbagai negara dan berbagai merek membuat para pengusaha harus melakukan pemasaran produk dengan tepat sasaran agar tidak kalah saing dengan pengusaha lain.

Niat beli konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Chang dan Liu (2009) menyatakan bahwa niat beli adalah suatu rencana untuk membeli suatu merek tertentu dengan perhatian yang cukup besar. Menurut Ahmed et al., (2004), negara asal adalah efek yang muncul dalam persepsi konsumen yang dipengaruhi oleh lokasi dimana suatu produk dihasilkan. Lokasi atau negara tempat suatu produk dihasilkan akan mempengaruhi persepsi orang mengenai kualitas produk tersebut. Ketika suatu negara memiliki citra negara yang baik, konsumen akan dengan percaya untuk membeli produk dari suatu negara tersebut karena memiliki kepercayaan dan keyakinan tersendiri. Citra merek juga tidak kalah penting menjadi salah satu faktor pendorong niat beli konsumen. Low dan Lamb (2000) menyatakan bahwa citra merek adalah persepsi beralasan dan emosional konsumen yang melekat pada merek tertentu. Citra merek sendiri terbentuk pada apa yang dipahami oleh para konsumen. Citra negara dan citra merek yang baik tentunya akan memberikan dampak yang baik juga bagi kedua produk kosmetik tersebut.

Penelitian ini akan membahas tentang efek dari citra negara dan citra merek terhadap niat beli pada produk kosmetik Merek Somethinc yang berasal dari negara Indonesia dan produk kosmetik Merek The Ordinary yang berasal dari negara Korea. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan regresi berganda dengan data primer melalui sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh You Kyung Lee (2018) dimana pada penelitian ini dimodifikasi objek penelitian dari produk telepon genggam menjadi produk kosmetik. Peneliti menggunakan produk kosmetik Merek Somethinc dan produk kosmetik Merek The ordinary dengan pertimbangan bahwa kedua merek tersebut memiliki produk dengan kualitas yang baik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

- a. Apakah citra merek berpengaruh pada niat beli ?
- b. Apakah citra negara berpengaruh pada niat beli ?
- c. Apakah citra negara asal memoderasi pengaruh citra merek pada niat beli ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap niat beli konsumen pada produk kosmetik Merek Somethinc dan produk kosmetik Merek The Ordinary.

- b. Untuk menganalisis pengaruh citra negara terhadap niat beli konsumen pada produk kosmetik Merek Somethinc dan produk kosmetik Merek The Ordinary.
- c. Untuk menganalisis pengaruh citra negara asal yang memoderasi pengaruh citra merek pada niat beli konsumen pada produk kosmetik Merek Somethinc dan produk kosmetik Merek The Ordinary.

1.4. Manfaat penelitian

- a. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat membawa wawasan terkait citra merek dan citra negara serta pengaruhnya terhadap niat beli yang selanjutnya dapat menjadi acuan bagi para pengusaha dibidang produk kosmetik.

- b. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya studi manajemen terkait dengan citra merek dan citra negara.

1.5. Sistematika penulisan

Penelitian ini memiliki beberapa bagian sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi mengenai penjabaran teori yang menjadi landasan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

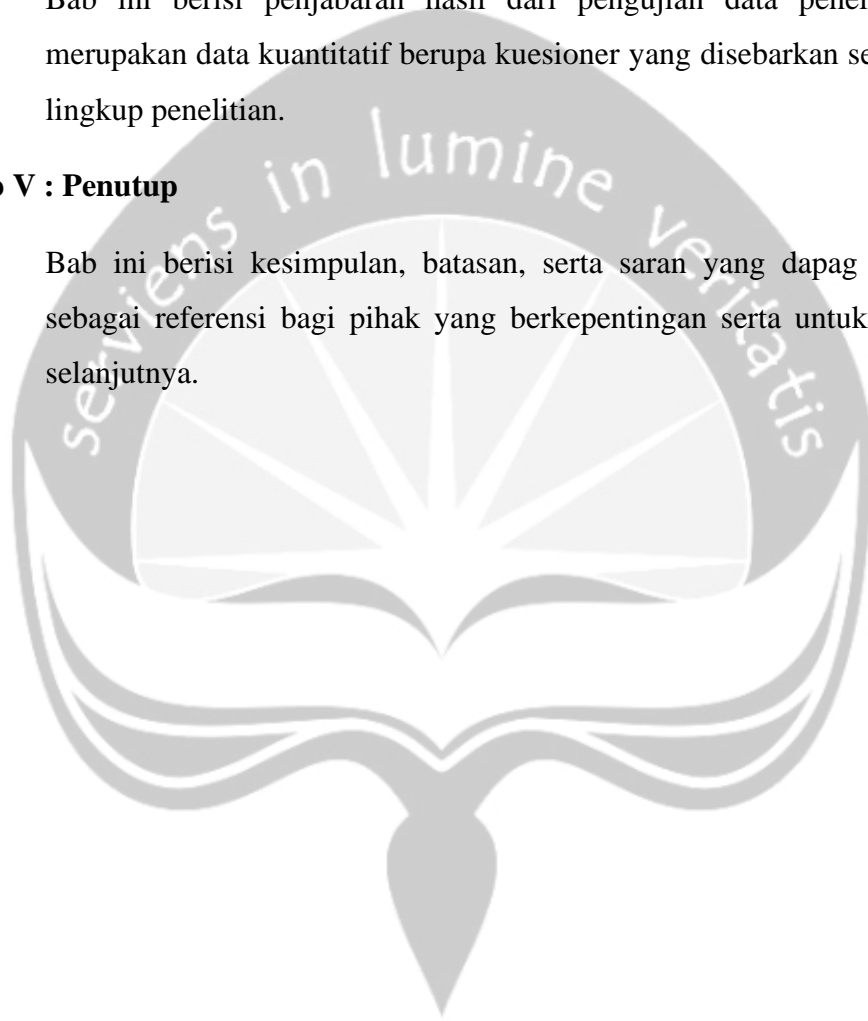
Bab ini berisi pembahasan ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV : Analisis data dan Pembahasan

Bab ini berisi penjabaran hasil dari pengujian data penelitian, data merupakan data kuantitatif berupa kuesioner yang disebarkan sesuai ruang lingkup penelitian.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan, batasan, serta saran yang dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak yang berkepentingan serta untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan dari seluruh hasil analisis penelitian yang telah dilakukan. Kemudian, implikasi hasil penelitian untuk manajerial, penjelasan keterbatasan penelitian, serta saran.

5.1. Kesimpulan

5.1.1. Hasil Analisis Karakteristik Demografi Responden:

1. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang mengetahui tentang produk kosmetik Merek Somethinc dan The Ordinary.
2. Total responden sebanyak 157, 13 responden (8.3%) berjenis kelamin pria dan 144 responden (91.7%) berjenis kelamin wanita.
3. Mayoritas responden berusia 22 tahun (33.1%)
4. Mayoritas reponden memiliki uang saku / penghasilan lebih dari Rp. 1.500.000 (73.9%).

5.1.2. Hasil Analisis

1. Citra merek produk kosmetik Merek Somethinc berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.
2. Citra negara asal produk kosmetik Merek Somethinc berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.
3. Citra negara asal produk kosmetik Merek Somethinc memiliki peran dalam memoderasi pengaruh citra merek terhadap niat beli.
4. Citra merek produk kosmetik Merek The Ordinary berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli.
5. Citra negara asal produk kosmetik Merek The Ordinary tidak berpengaruh terhadap niat beli.
6. Citra negara asal produk kosmetik Merek The Ordinary tidak memiliki peran dalam memoderasi pengaruh citra merek terhadap niat beli.

5.1.3. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai citra merek, citra negara dan niat beli diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa dari seluruh responden memiliki niat beli yang tinggi ketika sebuah produk memiliki citra merek yang baik sehingga dengan adanya citra merek sebagai salah satu variabel pendorong terjadinya niat beli, maka aspek yang mampu mendukung konsumen untuk melakukan pembelian, mulai dari produk yang lembut, bersahabat, modern, berguna dan terkenal harus selalu diperhatikan dan dikembangkan oleh produk kosmetik Merek Somethinc dan The Ordinary.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain adalah:

1. Responden penelitian ini dibatasi hanya orang-orang yang mengetahui produk kosmetik Merek Somethinc dan The Ordinary, lebih banyak orang yang mengetahui produk kosmetik The Ordinary sehingga jangka waktu pengumpulan responden lebih lama.
2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel sebagai pengukur niat beli.

5.3. Saran Untuk Penelitian Berikutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian terhadap merek lain dan menggunakan variabel pengukur lebih banyak serta melakukan analisis terhadap variabel moderasi untuk menentukan tipe moderasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S. A., & d'Astous, A. (1995). Comparison of country-of-origin effects on household and organizational buyers' product perceptions. *European Journal of Marketing*, 35-51.
- Akkucuk, U., & Esmaeili, J. (2016). The Impact of Brands on Consumer Buying Behavior: An Empirical Study on Smartphone Buyers . *Journal of Research in Business & Social Science*, 01-16.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal* , 228-239.
- Cattin, P., Jolibert, A., & Lohnes, C. (1982). A Cross-Cultural Study of "Made In" Concepts. *Journal of International Business Studies*, 131-141.
- Chovanová, H. H., Korshunov, A. I., & Babčanová, D. (2015). Impact of Brand on Consumer Behavior. *Procedia Economics and Finance*, 615-621.
- Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 54-76.
- Hien, Nguyen Ngoc; Phuong, Nguyen Nguyen; Tran, Tung Van; Thang, Le Due;. (2019). The effect of country-of-origin image on purchase intention: The mediating role of brand image and brand evaluation. *Management Science Letters*, 1205-1212.
- Jaffe, E. D., & Nebenzahl, I. D. (1984). Alternative Questionnaire Formats for Country Image Studies. *Journal of Marketing Research*, 463-471.
- Jing, Z., Pitsaphol, C., & Shabbir, R. (2014). The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty: A Case Study of Oppo Brand in Thailand. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 10-21.
- Kim, N., Chun, E., & Ko, E. (2015). Country of origin effects on brand image, brand evaluation, and purchase intention: A closer look at Seoul, New York, and Paris fashion collection. *International Marketing Review*, 254-271.
- Lee, Y. K. (2018). Impact of Brand Image and Country Image on Brand Purchase Intention of South African Consumers : Focusing on Mobile Phone Brands of Korea, Japan and China. *International Information Institute*, 1495-1504.

- Low, G. S., & Lamb Jr, C. W. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of Product & Brand Management*, 350-368.
- Low, G. S., & Lamb, J. C. (2000). The measurement and dimensionality of brand. *Journal of Product & Brand Management*, 350-370.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K., Ali, Q., Hunbal, H., Noman, M., & Ahmad, B. (2013). Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal*, 117-122.
- Munir, S., Humayon, A. A., Ahmed, M., Haider, S., & Noor, J. (2017). Brand Image and Customers' Willingness to Pay a Price Premium for Female's Stitched Clothing. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 1027-1049.
- Nagashima, A. (1970). Comparison of Japanese and U.S. Attitudes toward Foreign Products. *Journal of Marketing*, 68-74.
- Portakalci, M., & Kilic, E. A. (2016). The Role of Brand Image in Buying Attitude of The Consumers: Northern Part of Cyprus Model. *Revista de cercetare si interventie sociala*, 132-144.
- Rehman, H. U., & Izhaq, Z. (2017). The Impact of Brand Image on Purchase Intention: Moderating Role of Store Image Moderating Role of Store Image in Pakistan's Retail Sector. *The IUP Journal of Brand Management*, 55-66.
- Roth, M., & Romeo, J. (1992). Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-Of-Origin Effects. *Journal of International Business Studies*, 477-497.
- Shah, S. S., Aziz, J., Jaffari, A. R., Waris, S., Ejaz, W., Fatima, M., & Sherazi, S. K. (2012). The Impact of Brands on Consumer Purchase Intentions. *Asian Journal of Business Management*, 105-110.
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring Attitude Toward the Brand and Purchase Intentions. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 54-66.
- Suhud, U., & Willson, G. (2019). Low-Cost Green Car Purchase Intention: Measuring the Role of Brand Image on Perceived Price and Quality. *European Research Studies Journal*, 282-293.
- Tekin, G., Yiltay, S., & Ayaz, E. (2016). The Effect of Brand Image on Consumer Behaviour: Case Study of Louiss Vuitton-Moet Hennessy. *International Journal of Academic Value Studies*, 1-24.

Wani, Z. A., & Agarwal, S. (2017). Impact of Brand on Consumer Buying Behavior. *World Wide Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 1-6.



LAMPIRAN I

Kuisisioner

Kontribusi Citra Merek dan Citra Negara Asal Merek pada Niat Beli: Kasus Pada Produk Kosmetik Indonesia dan Korea

Perkenalkan saya Florencia Irena Pranajaya, mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Skripsi, saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner penelitian saya.

BAGIAN I: PERTANYAAN UMUM

1. Apakah anda sudah pernah mendengar tentang merek The Ordinary dan Somethinc ?
 - a. Ya, Sudah
 - b. Belum pernah (berhenti sampai disini)

BAGIAN II: IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia _____
3. Jumlah pendapatan / uang saku rata-rata per bulan
 - a. Dibawah Rp 1.500.000
 - b. Rp 1.500.000 keatas

BAGIAN III: VARIABEL PENELITIAN

Berikut adalah kuisisioner tentang Citra Negara, Citra Merek, dan Niat Membeli Merek mengenai produk kosmetik The Ordinary yang berasal dari Korea dan Somethinc yang berasal dari Indonesia.

Petunjuk pengisian :

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat saudara. Bagian pertama untuk produk kosmetik Merek Somethinc dari Indonesia dan bagian kedua untuk produk kosmetik Merek The Ordinary dari Korea.

1. Citra negara asal

Bagaimana pendapat Anda mengenai produk kosmetik Merek Somethinc ?

	1	2	3	4	5	6	7	
Mahal								Tidak mahal
Harga tidak masuk akal								Harga masuk akal
Tidak dapat dipercaya								Dapat dipercaya
Barang yang diperlukan								Barang mewah
Umum								Eksklusif
Produksi ringan								Produksi berat
Pengerjaan tidak hati-hati dan teliti								Pengerjaan cermat dan teliti
Buatan tangan								Produksi masal
Distribusi domestik								Distribusi seluruh dunia
Meniru produk lain								Temuan baru
Tidak membanggakan								Membanggakan
Sedikit iklan								Banyak iklan
Merek tidak dikenali								Merek dikenali
Lebih untuk orang tua								Lebih untuk kaum muda
Kelas bawah								Kelas atas

2. Citra Merek

Menurut Anda produk kosmetik Merek Somethinc

	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Bersahabat								Bersahabat
Ketinggalan jaman								Modern
Tidak berguna								Berguna
Tidak terkenal								Terkenal
Kasar								Lembut

3. Niat Beli

Bagaimana niat beli Anda kepada produk kosmetik Merek Somethinc ?

	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak akan								Pasti
Tidak berniat membeli								Berniat membeli
Minat beli rendah								Minat beli tinggi
Pasti tidak membeli								Pasti membeli
Mungkin tidak								Mungkin iya

4. Citra negara asal

Bagaimana pendapat Anda mengenai produk kosmetik Merek The Ordinary ?

	1	2	3	4	5	6	7	
Mahal								Tidak mahal
Harga tidak masuk akal								Harga masuk akal
Tidak dapat dipercaya								Dapat dipercaya
Barang yang diperlukan								Barang mewah

Umum								Eksklusif
Produksi ringan								Produksi berat
Pengerjaan tidak hati-hati dan teliti								Pengerjaan cermat dan teliti
Buatan tangan								Produksi masal
Distribusi domestik								Distribusi seluruh dunia
Meniru produk lain								Temuan baru
Tidak membanggakan								Membanggakan
Sedikit iklan								Banyak iklan
Merek tidak dikenali								Merek dikenali
Lebih untuk orang tua								Lebih untuk kaum muda
Kelas bawah								Kelas atas

5. Citra Merek

Menurut Anda produk kosmetik Merek The Ordinary

	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak Bersahabat								Bersahabat
Ketinggalan jaman								Modern
Tidak berguna								Berguna
Tidak terkenal								Terkenal
Kasar								Lembut

6. Niat Beli

Bagaimana niat beli Anda kepada produk kosmetik Merek The Ordinary ?

	1	2	3	4	5	6	7	
Tidak akan								Pasti

Tidak berniat membeli								Berniat membeli
Minat beli rendah								Minat beli tinggi
Pasti tidak membeli								Pasti membeli
Mungkin tidak								Mungkin iya



LAMPIRAN II

Data Kuisisioner

C 1	C 2	C 3	C 4	C 5	C 6	C 7	C 8	C 9	C 10	C 11	C 12	C 13	C 14	C 15	B 1	B 2	B 3	B 4	B 5	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	6	7	7	7	4	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6
5	5	6	2	3	3	5	6	3	3	5	5	6	5	4	5	5	5	5	5	5	6	4	5	5
5	5	5	3	2	3	5	6	1	2	4	6	6	7	2	5	6	5	6	6	5	6	5	5	5
3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	6	5	6	6	4	5	5	5	5
5	5	6	6	6	6	7	7	7	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6	7	5	6	7
6	7	6	3	5	4	6	6	3	5	6	6	6	4	5	7	7	7	6	6	5	7	7	7	7
6	6	5	7	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	7	7	7	5	7	6	6	6	5	7
7	7	4	3	3	6	5	3	2	2	6	5	7	7	4	6	7	7	7	4	3	2	2	2	1
5	5	5	3	2	3	5	6	1	2	4	6	6	7	2	5	6	5	6	6	5	6	5	5	5
6	7	7	6	7	7	6	7	7	5	5	6	6	6	7	7	7	6	7	6	6	7	6	7	6
7	7	7	7	7	7	6	5	5	5	7	7	6	7	6	7	6	6	7	6	7	6	6	6	7
4	6	6	1	6	4	6	4	6	5	5	3	6	6	4	5	6	6	5	6	5	6	5	6	6
3	5	6	3	3	4	6	5	4	6	6	4	6	6	4	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6
4	5	5	4	5	4	6	6	6	4	5	2	4	6	5	5	6	6	5	5	4	4	4	5	4
3	6	5	3	3	3	5	6	1	2	5	6	6	7	4	6	6	6	6	6	5	5	6	4	6
4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	6	4
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7
5	6	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	6	5	6	5
3	6	7	2	5	3	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6	7	6	5	4	6
4	5	6	5	5	4	5	6	5	5	6	4	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5	5	4	5
4	4	6	3	2	2	4	4	5	4	3	6	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	6	5	4
5	6	5	5	6	7	7	6	6	6	4	6	5	5	5	6	5	5	4	4	6	6	6	5	6
2	5	6	5	5	5	6	2	2	6	6	5	6	6	6	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	7	3	3	3	6	6	3	3	6	5	7	6	4	6	6	7	6	6	7	7	7	6	7
3	3	6	6	6	5	6	6	7	3	3	7	7	7	5	7	7	6	6	5	5	6	6	5	6
4	6	6	4	5	4	6	6	6	6	4	4	6	6	5	4	6	6	6	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	1	2	6	2	1	4	3	7	7	7	1	7	6	7	7	7	7	7	7	4	7
5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	6	6	4	6	6	5	6	6	4	5	6	4	6
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6	5	5	5	6	5
6	6	6	2	3	4	6	6	3	3	5	6	7	6	3	6	6	6	7	5	3	3	3	6	2
4	5	7	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	7	7	7	7	7
6	4	7	4	5	4	6	5	4	4	5	5	5	4	4	6	6	6	6	5	7	7	7	7	7
6	5	5	6	6	5	7	6	3	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	5	5	7
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	6	5	4	2	4	4	6	6	4	4	5	5	6	4	4	5	5	6	4	4	4	4	5	4
7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	4	4	2		5	5	6	5	5	4	6	5	5	4	5	4	5	4	5	5	7	7	5	6	4
6	7	5	5		5	2	6	5	5	4	4	4	6	6	4	6	6	6	5	5	6	7	5	5	6
4	4	6	1		6	3	4	5	5	5	5	6	6	7	5	5	6	6	6	6	4	6	5	4	5
3	5	5	5		5	5	5	5	5	3	7	5	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	3	3	5
1	1	1	2		2	2	1	3	1	1	4	1	4	5	4	1	3	4	4	3	1	1	1	3	1
7	7	7	7		7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	5	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7
5	7	7	5		4	4	6	7	6	3	7	7	6	7	4	7	7	7	7	7	7	5	5	7	7
2	4	6	4		3	5	6	6	4	4	6	6	7	6	5	5	7	6	7	6	6	6	6	5	6
5	7	5	3		3	4	6	5	3	4	4	4	4	7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
7	7	7	3		5	5	6	6	3	4	5	6	6	6	5	6	7	7	6	5	7	7	7	5	7
7	7	7	3		5	5	6	6	3	5	5	7	7	6	4	6	7	7	7	7	7	7	7	4	7
3	5	6	5		3	5	6	6	4	6	5	6	5	6	5	6	7	6	6	6	6	7	7	4	7
5	6	6	3		2	4	4	6	4	3	4	6	6	6	4	4	5	5	5	5	5	6	4	5	5
4	5	5	6		5	6	6	5	7	5	6	4	5	7	4	5	6	5	6	4	5	4	5	6	5
4	3	4	3		5	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	2	6	4
5	6	7	4		5	6	5	7	2	6	5	7	6	5	5	6	7	6	6	7	6	7	7	5	7
3	5	6	6		6	7	7	7	2	5	4	7	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	5	7
5	6	6	3		3	3	5	6	2	2	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	4	5	5	4	5
5	5	5	3		2	4	4	4	1	2	4	6	5	6	4	4	6	6	5	3	5	6	5	4	6
5	5	6	5		5	5	7	5	4	3	5	5	5	7	5	6	5	5	5	6	5	6	4	5	5
6	5	5	6		5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	6	7	6	6	5	6	7	6	6	4	6
5	5	5	6		7	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5	5
6	6	6	5		5	6	6	7	7	5	5	6	7	5	5	6	7	7	7	7	5	7	6	5	7
7	7	6	5		5	6	6	6	4	6	5	6	7	5	5	5	6	6	6	6	6	7	7	5	7
6	6	5	5		5	5	6	6	3	6	4	6	7	5	5	6	7	7	7	7	6	7	7	6	7
3	5	6	2		2	3	6	6	6	6	6	3	5	7	6	5	6	6	7	6	6	6	6	6	7
6	6	6	4		4	6	7	7	3	7	5	6	7	5	5	7	7	6	7	6	6	6	6	5	6
3	5	5	4		3	6	6	7	2	4	5	6	7	7	4	5	7	7	7	7	5	7	6	5	7
5	5	7	3		3	7	7	7	3	7	5	5	7	5	4	6	7	7	7	5	5	6	6	5	7
5	6	7	3		3	6	7	7	2	7	4	7	7	5	4	7	7	7	7	4	5	7	6	6	7
6	7	7	3		5	7	7	7	1	7	4	7	7	4	4	6	7	7	5	5	7	7	7	7	7
4	4	4	4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	7	5	7		6	5	5	6	5	7	4	6	4	7	5	6	4	7	7	7	5	6	5	7	5
7	6	5	7		5	5	3	5	6	4	6	2	6	6	5	7	5	6	6	5	4	6	5	4	7
7	6	5	6		7	6	5	7	6	5	6	6	5	7	6	6	4	6	6	5	4	6	7	6	7
7	7	7	7		6	4	5	5	6	5	7	5	4	5	6	5	6	4	6	5	6	5	5	6	5
6	4	7	5		6	3	6	5	6	5	5	6	5	7	5	6	5	6	7	5	4	6	5	6	7
5	7	4	7		5	6	4	6	6	5	7	5	7	5	6	7	5	6	5	7	4	5	7	6	6
6	5	7	5		5	7	5	7	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	5	6	5	5	6	5	7
7	5	5	4		6	7	5	5	3	5	4	6	5	5	5	7	6	5	6	4	5	6	6	5	7
6	6	5	4		7	4	6	7	1	5	4	6	6	6	5	6	6	7	5	5	5	7	6	5	7
6	5	7	5		4	7	4	6	4	6	5	7	4	6	6	7	7	6	5	4	5	6	6	4	7
7	7	7	2		3	7	6	6	2	6	4	6	5	5	4	6	6	6	6	4	4	6	5	5	7
7	7	7	2		2	7	6	7	1	6	4	5	5	4	5	6	7	4	6	4	5	6	5	5	7
7	2	6	3		3	6	3	4	5	4	7	6	4	5	6	6	7	3	6	3	6	5	6	4	6
5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
4	5	5	6		5	7	5	1	6	5	6	3	6	6	5	6	4	6	6	4	5	6	5	6	7
5	6	7	5		5	7	6	5	5	6	6	7	6	6	5	5	4	5	5	6	6	4	5	4	5

4	5	6	4		5	6	4	6	6	6	5	7	6	6	5	5	4	6	6	7	5	5	6	6	7
6	4	7	7		5	5	6	6	6	4	6	6	5	6	5	6	5	6	4	6	6	6	5	5	5
5	7	4	5		3	7	3	7	2	6	1	7	4	6	4	5	6	6	6	2	5	5	5	5	6
5	6	4	6		6	6	4	6	1	5	4	6	5	6	7	6	5	7	7	5	5	6	4	6	5
6	5	6	4		3	6	6	5	4	5	7	6	4	5	6	3	6	5	3	5	5	4	6	5	4
5	6	6	5		2	6	5	6	1	5	6	5	5	4	5	6	3	6	5	5	5	4	6	4	6
5	4	6	6		2	7	6	5	1	5	4	5	4	6	5	5	6	5	7	5	6	5	6	5	7
5	7	5	6		6	4	5	6	6	7	4	6	5	6	4	6	4	6	6	5	4	6	6	6	7
5	6	4	7		6	6	6	6	7	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6	7
6	5	6	6		6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	7	5	6	6	6	7
6	6	7	6		6	5	6	5	6	5	6	6	6	6	6	4	5	5	6	6	5	7	5	5	6
6	4	5	5		2	5	5	3	5	6	4	7	5	5	6	4	6	4	5	5	6	6	5	7	
6	5	5	6		6	7	5	6	3	5	5	6	4	6	6	7	5	5	6	6	5	7	6	5	7
6	4	5	5		7	7	5	5	7	4	6	6	4	7	5	6	4	5	6	6	6	4	6	5	6
6	6	5	6		6	6	4	4	5	4	5	7	6	6	5	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6
6	5	7	5		5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	4	6	5	5	5	5	6	6
5	6	5	6		4	5	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	4	6	5	6	5	5	5	6	7
5	6	4	6		4	5	5	4	6	5	5	6	7	7	5	6	6	5	5	5	5	7	5	5	5
6	4	5	5		6	7	7	4	5	6	5	1	5	4	5	5	6	4	5	6	6	5	6	5	6
6	4	6	6		5	6	4	6	7	4	6	2	7	7	4	6	4	6	5	5	5	5	5	5	6
6	6	6	6		6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
7	5	7	6		5	6	5	6	1	5	4	6	6	6	5	5	7	6	5	6	6	6	6	6	7
6	5	6	7		5	5	6	6	6	6	5	4	5	4	5	6	4	5	5	4	6	5	6	6	5
5	5	6	6		6	6	5	6	7	4	5	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5	7	6	5	6
6	4	5	6		7	7	6	7	1	5	4	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	6	6
5	5	6	6		5	6	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	7
5	6	7	3		4	7	6	7	2	3	4	6	5	6	4	5	5	6	5	6	4	5	4	5	5
5	4	6	4		5	6	7	7	3	2	4	7	5	5	5	5	6	7	7	7	6	5	5	6	5
6	7	7	5		4	6	6	7	4	4	4	6	5	6	5	6	5	6	6	7	4	4	3	4	4
7	7	6	5		5	7	6	6	3	2	3	6	5	6	3	6	7	7	5	6	5	4	5	6	6
3	4	4	5		5	6	5	6	4	5	6	6	6	7	6	4	5	6	7	7	4	3	3	4	4
6	6	7	5		6	5	6	6	5	7	5	6	5	6	3	5	6	5	7	5	4	5	5	6	7
5	5	5	4		2	2	5	5	2	2	6	6	6	3	4	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6
5	6	5	3		2	1	7	7	1	4	5	4	7	7	4	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7
3	6	6	2		3	4	7	5	6	5	6	7	7	7	4	6	7	7	7	7	6	7	6	5	6
4	5	7	2		5	5	3	6	3	2	6	5	7	5	6	5	6	5	5	7	6	6	5	5	5
4	6	6	3		3	3	6	6	2	7	7	5	6	5	4	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
4	6	6	3		5	5	7	3	4	5	6	4	5	7	5	6	7	6	5	6	4	5	5	5	5
4	5	6	6		6	5	6	6	6	5	7	5	5	7	6	6	6	6	6	7	5	5	4	5	5
5	6	7	5		4	5	5	7	1	7	5	6	5	7	5	5	5	7	6	6	5	6	6	6	7
7	7	6	3		2	3	5	6	6	3	5	4	7	6	4	6	7	7	7	7	5	5	4	3	5
7	7	6	3		2	3	5	6	6	3	5	4	7	6	4	6	7	7	7	7	5	5	4	3	5
5	5	6	6		5	6	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	7
5	6	5	4		4	6	5	6	3	5	4	6	5	6	6	6	5	6	4	7	5	7	6	6	6
6	6	7	7		5	6	5	6	4	6	5	5	7	5	6	6	5	6	4	6	5	7	5	6	7
3	5	5	3		6	3	5	5	3	7	4	3	6	5	5	5	3	6	4	6	5	6	6	6	7
6	5	5	6		6	4	5	5	4	6	5	6	5	5	5	6	4	7	5	5	5	6	6	6	5
6	5	6	6		5	6	4	5	1	5	4	6	6	6	5	5	7	6	5	6	5	6	7	5	5

6	4	5	7		5	4	5	6	2	5	7	6	4	6	5	5	6	4	6	4	7	5	6	5	7
5	6	4	6		3	6	5	7	1	5	5	6	4	6	7	4	6	5	6	4	5	4	7	6	6
6	4	6	4		1	5	6	6	1	7	5	6	5	6	5	5	7	5	6	5	6	5	7	4	5
7	5	5	6		5	4	6	5	6	5	5	6	4	7	4	5	5	6	4	6	5	5	6	6	6
6	5	6	5		6	5	5	6	3	5	6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5	6
7	7	6	4		6	5	6	6	3	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	5	7
5	6	6	5		5	5	6	4	2	6	6	5	6	5	6	5	5	6	6	4	5	6	6	5	7
5	6	5	5		6	6	5	6	3	6	4	6	5	5	6	6	4	6	5	6	5	6	6	6	5
6	5	6	7		6	5	5	6	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	7	6
6	5	6	4		6	4	5	6	5	5	6	5	6	4	5	6	5	6	5	6	6	4	6	5	5
5	6	6	5		5	5	6	5	3	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6	5	6	6
7	5	5	6		6	5	5	6	3	5	6	7	5	6	5	6	6	6	5	6	6	5	7	5	7
6	4	6	5		6	4	5	4	2	6	4	5	4	6	6	5	6	5	6	4	6	4	6	5	6
7	7	7	7		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	5	5	6		5	5	6	5	6	5	6	4	6	6	6	6	5	7	5	6	6	4	6	6	6
6	5	6	5		4	4	7	6	3	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6
5	5	5	5		6	5	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6	6	4	6	5	5	5	6	5	6
2	3	6	4		5	3	5	4	6	3	5	3	5	4	5	6	3	6	4	6	6	6	5	5	6
6	4	7	6		5	4	6	6	5	5	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	6	6	6	5	6

C C 1	C C 2	C C 3	C C 4	C C 5	C C 6	C C 7	C C 8	C C 9	C C 10	C C 11	C C 12	C C 13	C C 14	C C 15	B B 1	B B 2	B B 3	B B 4	B B 5	P P 1	P P 2	P P 3	P P 4	P P 5	
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	6	7	5	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	5	5	4	4	5	5	7	6	5	5	3	7	5	4	6	5	7	7	6	5	6	5	5	7	7
5	6	6	2	2	2	6	7	7	5	6	6	7	6	2	5	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
5	3	6	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	7	6	7	6	7	7	6	6	7	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	6	7	6	6
5	5	6	3	3	6	6	7	7	6	5	7	7	5	5	6	7	7	7	6	5	6	6	5	6	6
6	7	5	6	6	2	7	7	6	3	7	3	6	7	5	6	7	6	7	6	7	6	7	7	7	7
5	7	7	5	7	7	7	6	7	7	7	3	7	5	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	6	6	2	2	2	6	7	7	5	6	6	7	6	2	5	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
6	6	7	6	7	5	7	6	7	6	6	7	6	6	6	7	7	6	7	6	6	7	7	6	6	6
5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	6	7	7	6	7	7
6	7	6	1	5	3	6	6	7	4	6	2	7	4	5	6	7	6	7	5	6	6	6	6	6	6
4	6	5	3	3	3	6	5	7	6	6	5	6	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	6	6	4	5	6	6	4	4	4	4	4	4	4
4	6	6	2	2	6	6	6	7	7	7	7	7	6	4	6	6	7	6	6	6	6	6	7	7	7
5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	6	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	6	4	6	3	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	6	6	5	5	3	6	4	6	5	5	4	7	6	5	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7
5	5	7	5	6	6	7	6	7	6	6	6	6	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	4	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	4	3	4	4	3	3

5	5	4	3	3	3	4	6	6	4	4	6	6	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	7	6	6	5	
2	3	4	6	6	6	4	6	6	4	4	5	6	6	6	4	4	6	5	4	5	5	3	5	5	
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	6	5	6	4	5	5	6	7	6	6	6	6	6	6	
5	5	7	2	6	2	7	7	7	4	7	3	7	6	6	6	7	6	7	4	5	5	5	5	5	
6	5	6	6	6	5	6	7	7	3	5	7	7	7	5	7	6	5	6	6	5	5	6	6	6	
5	5	6	4	4	6	5	5	5	4	5	5	6	5	5	5	5	5	6	6	4	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
6	6	7	5	6	4	5	4	5	5	5	6	4	6	6	5	5	6	5	6	4	5	5	5	5	
4	4	5	4	5	3	4	5	6	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	
4	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	4	4	7	
5	6	7	2	3	6	7	7	7	7	7	7	7	4	4	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	
4	4	7	5	5	6	6	5	6	6	4	5	5	4	5	4	6	6	6	4	4	4	4	4	4	
6	3	6	7	7	6	6	7	7	7	5	7	7	6	7	3	6	6	7	2	5	6	3	3	6	
4	5	5	4	3	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	3	6	5	3	3	2	3	3	
5	5	5	5	2	4	4	6	6	4	4	6	6	6	4	4	5	4	6	4	4	4	2	4	4	
7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	2	5	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	5	6	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	4	4	3	
4	4	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	4	7	7	7	7	5	6	6	5	6	6	
4	6	6	1	5	3	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	
6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	2	5	5	
5	5	4	4	6	4	5	3	3	4	4	6	6	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	
7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	2	5	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	
5	3	6	6	6	7	7	7	7	6	5	7	7	4	7	7	7	6	6	5	7	7	7	7	7	
6	4	6	4	4	4	6	7	4	4	6	7	6	6	5	5	7	6	7	5	6	6	6	6	7	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	6	6	3	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	5	7	7	7	6	6	6	6	6	6	
5	5	5	4	6	6	6	7	7	5	5	7	7	6	5	6	7	7	7	6	5	6	5	5	7	
5	5	6	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	6	5	6	7	6	7	6	6	7	7	7	7	
5	5	5	3	3	4	4	7	5	3	4	5	5	6	4	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	
5	5	6	4	6	7	7	7	7	6	5	7	7	6	6	7	6	7	7	5	5	6	6	5	7	
6	5	5	6	7	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	5	7	7	7	6	5	6	6	5	6	
6	6	7	1	5	2	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
5	1	6	6	7	6	7	7	7	5	5	3	7	7	7	5	7	6	7	1	3	3	2	3	2	
4	5	5	6	5	6	4	6	5	6	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	5	5	
6	6	6	6	5	5	4	6	5	6	5	5	5	5	7	5	5	5	5	6	6	5	6	5	6	
6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6	6	7	6	6	
5	6	7	5	5	6	6	6	7	5	5	6	7	5	5	6	6	6	7	5	7	7	7	7	7	
5	6	6	5	5	6	6	6	7	6	5	7	7	5	7	6	7	7	7	5	6	7	7	7	7	
4	6	6	6	5	6	6	6	7	6	5	5	7	6	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	
5	5	6	3	5	6	7	5	6	6	6	6	7	6	6	6	5	6	5	7	6	7	7	7	7	
5	6	6	4	4	7	6	7	7	7	5	7	7	5	5	5	6	6	7	6	7	7	7	7	7	
4	5	6	4	4	7	7	7	7	7	4	7	7	7	4	5	7	7	7	5	5	5	5	5	5	
4	5	7	3	4	7	7	7	7	7	5	7	7	5	4	5	7	7	7	5	5	7	5	5	7	

5	6	6	3	4	7	7	7	7	7	4	7	7	5	4	7	7	7	4	5	7	5	5	7	
5	5	5	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7	4	4	7	7	7	7	4	5	5	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	6	5	7	5	7	6	6	7	5	5	6	5	5	6	5	4	6	5	6	4	6	5	6	7
4	5	6	4	5	7	6	7	5	7	7	7	6	7	7	4	5	5	7	3	6	5	6	5	6
5	7	6	5	6	7	5	7	5	6	6	6	7	6	4	6	5	7	6	5	4	6	5	6	7
5	5	5	6	4	7	5	6	6	7	5	7	6	6	4	6	7	6	5	7	5	6	4	5	6
6	5	7	7	5	7	5	4	6	5	7	4	5	7	7	5	5	7	7	6	6	5	7	5	6
5	7	6	5	3	5	4	6	4	6	6	6	6	7	5	5	6	5	6	5	6	7	7	7	7
5	6	5	4	5	6	6	7	5	6	5	7	6	6	7	5	6	7	6	4	5	7	5	5	7
5	5	6	4	4	6	6	7	7	5	4	5	7	5	4	5	6	7	7	4	5	6	5	6	7
5	4	6	3	4	7	6	6	7	7	3	5	7	6	4	6	4	6	7	4	5	6	5	4	3
5	5	6	4	6	3	7	4	7	6	6	7	7	5	6	6	4	6	6	3	5	7	4	4	7
4	2	6	3	2	6	6	7	7	6	3	6	7	5	4	6	4	7	5	6	5	6	5	6	7
4	4	6	2	2	7	6	7	7	7	4	6	7	5	6	5	6	7	4	2	4	4	4	4	4
5	5	4	5	6	5	4	7	5	7	5	6	6	5	5	7	6	5	6	3	4	6	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	6	5	5	7	5	6	4	5	6	4	6	7	5	5	3	6	6	5	5	6	6	6	7
6	5	6	5	4	4	5	7	7	6	3	6	5	6	4	6	6	5	7	5	5	6	6	6	7
5	4	6	7	5	5	6	7	5	4	5	4	6	5	5	5	5	6	4	5	5	4	6	6	7
6	5	5	5	3	7	4	7	6	6	2	5	5	6	5	5	6	5	5	6	7	7	7	7	7
5	5	5	4	4	7	6	4	6	6	6	4	5	6	5	6	4	6	4	6	5	5	5	6	7
5	6	7	4	3	5	5	5	5	5	4	6	6	7	4	6	5	5	6	5	5	7	5	6	7
6	6	5	6	6	3	7	6	5	5	3	5	5	6	5	4	6	4	6	4	5	5	6	6	7
4	5	5	4	5	3	5	4	6	5	3	6	5	6	5	7	6	5	7	3	6	7	5	6	7
6	5	6	4	7	5	7	6	5	7	6	6	6	6	7	5	5	5	5	6	5	5	6	5	7
5	4	5	4	6	6	6	6	6	7	5	6	4	5	5	5	4	5	6	5	5	6	5	6	7
6	4	6	5	6	5	5	6	6	6	4	6	5	6	6	4	6	6	6	6	5	6	6	6	6
6	5	7	6	5	6	6	5	7	5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	7
6	3	5	5	5	7	5	4	6	3	5	5	5	6	4	6	4	5	6	6	5	5	5	5	6
6	5	6	5	5	5	6	4	6	5	5	6	5	5	5	6	4	6	5	5	5	5	5	5	6
6	7	5	5	2	4	7	5	6	5	6	5	5	6	5	4	6	5	4	5	5	5	6	5	5
6	5	6	6	4	5	6	6	5	6	4	6	5	5	5	6	6	6	5	5	4	6	5	5	5
6	4	4	5	6	6	4	6	4	5	5	4	5	5	4	6	4	5	5	5	5	6	4	5	7
6	5	7	6	6	4	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	7	5	5	5	6	6	6	6
5	4	5	5	6	4	5	4	6	5	5	5	6	7	5	6	4	6	5	6	6	4	5	4	6
6	7	4	4	6	5	5	5	5	6	6	5	4	6	6	6	4	6	6	4	5	6	6	4	5
5	5	5	5	7	4	5	4	7	6	6	6	6	5	6	6	4	5	6	4	4	6	5	5	4
6	5	7	4	6	5	5	4	6	5	4	5	6	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5
6	5	6	5	6	5	6	7	6	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	6	5	7
7	5	5	5	5	4	6	5	6	6	6	7	6	5	5	6	5	6	5	6	4	6	6	5	7
5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	7	7	7	7	7
6	6	4	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6	4	5	6	5	5	6	5	5	6	4	5	4
6	5	6	5	6	6	6	5	6	4	5	5	6	5	5	5	4	6	6	5	6	6	6	6	6
5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	7	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	7
4	5	6	6	6	7	7	7	7	5	5	7	6	7	6	5	6	7	7	7	6	5	5	6	5
5	3	7	6	7	7	7	7	7	5	6	7	7	6	7	5	5	5	6	6	4	3	4	4	4
6	4	6	5	5	7	7	7	6	4	6	7	6	6	6	5	6	7	6	7	5	6	6	5	5

6	4	5	7	7	7	6	7	7	6	6	7	7	6	7	6	7	6	7	7	6	5	7	5	6
4	2	4	7	7	7	7	7	6	4	5	7	7	7	7	1	6	5	7	5	3	2	3	1	1
5	5	4	7	5	6	7	6	7	4	5	7	5	5	6	5	6	5	5	5	5	6	5	5	7
5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	7	4	4	5	5	5	5	5	4	6	6	6	6
4	5	5	2	1	6	7	7	7	4	7	4	7	4	5	6	4	7	7	5	6	6	5	5	5
5	2	7	6	7	6	7	2	7	7	7	7	7	4	7	6	7	7	7	7	4	6	7	4	5
6	6	5	5	5	6	5	4	5	3	6	6	7	6	5	6	6	6	4	5	6	5	6	5	6
5	6	6	4	4	2	6	6	7	7	7	2	7	4	5	6	6	6	7	6	6	7	6	7	7
4	4	6	5	6	5	6	5	6	5	4	4	6	5	6	6	6	6	5	6	3	4	3	4	4
4	4	6	6	6	5	6	6	6	4	6	4	4	5	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
6	6	5	6	3	6	5	7	7	6	4	6	6	6	4	6	7	7	6	6	5	6	5	6	5
7	7	7	2	3	3	6	6	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	4	6
7	7	7	2	3	3	6	6	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	4	6
5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	7	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	7
6	6	5	4	4	6	6	6	7	7	5	6	6	6	7	5	6	6	7	7	7	7	7	7	7
6	5	7	6	6	3	5	5	3	6	4	5	5	5	6	5	4	6	6	4	6	6	6	6	7
5	5	6	5	5	6	5	3	7	5	5	6	4	6	4	5	6	6	5	6	4	6	5	5	5
6	5	7	5	6	4	5	6	6	4	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	7
6	5	6	7	5	3	5	6	6	5	5	6	5	6	4	5	6	5	6	6	6	5	6	5	7
6	6	6	6	5	5	4	4	6	5	7	7	5	6	7	6	6	5	5	6	5	6	6	6	7
5	6	5	6	4	5	7	5	4	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	7	5	6	7	6	7
4	5	4	7	5	4	6	4	6	5	6	6	7	4	5	7	4	6	5	5	7	7	7	7	7
6	5	6	5	5	7	5	6	6	4	5	6	5	6	5	6	4	6	6	6	4	6	6	6	7
6	6	5	5	6	4	6	4	5	6	6	5	7	5	5	6	6	5	6	3	5	5	6	6	6
6	6	5	6	5	5	7	5	7	4	6	6	4	5	7	5	5	6	5	6	5	5	6	6	6
6	4	6	5	6	4	6	4	7	6	4	5	5	5	5	7	6	5	5	4	5	6	5	4	5
5	7	5	6	5	5	7	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6
6	6	7	6	7	6	7	7	7	6	6	6	7	7	7	6	6	6	6	7	6	6	7	7	6
6	5	5	5	6	5	6	5	6	6	4	5	6	4	5	6	6	5	4	6	6	5	6	6	6
6	5	6	5	6	6	4	6	6	5	6	5	5	6	6	5	4	6	6	6	5	6	5	5	7
4	6	5	6	5	5	6	5	6	5	6	6	4	7	4	5	5	6	5	5	6	5	6	5	6
6	4	7	5	6	5	5	6	5	4	6	4	5	5	6	6	4	5	5	5	6	6	6	6	7
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	5	6	6	6	4	6	4	6	4	6	5	5	6	5	6	5	6	4	6	6	5	6	5	6
6	5	6	6	5	6	6	5	7	6	5	6	7	5	4	6	5	6	5	7	5	7	6	6	7
6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5
5	3	6	4	5	4	4	6	3	5	2	6	4	5	3	6	4	7	6	5	6	6	6	6	5
6	4	5	5	3	5	5	6	7	6	6	5	4	6	5	6	4	6	6	6	5	6	6	6	7

LAMPIRAN III
 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Scale: Citra Merek Produk Kosmetik Merek Somethinc

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.808	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	22.459	9.993	.623	.412	.757
B2	22.408	9.935	.545	.378	.782
B3	22.248	9.944	.662	.479	.746
B4	22.376	9.992	.617	.429	.758
B5	22.484	10.200	.512	.323	.792

Scale: Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek Somethinc

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.818	.824	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	72.146	88.434	.450	.405	.807
C2	71.994	90.417	.428	.398	.808
C3	71.682	91.193	.457	.417	.807
C4	72.720	83.357	.553	.560	.798
C5	72.732	83.415	.564	.509	.798
C6	72.344	85.368	.533	.410	.800
C7	71.949	90.613	.474	.389	.806
C8	71.834	90.921	.419	.349	.809
C9	73.210	86.500	.315	.381	.824
C10	72.497	86.393	.506	.382	.802
C11	72.229	91.280	.413	.416	.809
C12	71.955	89.658	.417	.373	.809
C13	71.777	93.828	.319	.290	.815
C14	71.675	95.605	.244	.210	.818
C15	72.427	90.605	.495	.523	.805

Scale: Niat Beli Produk Kosmetik Merek Somethinc

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.856	.852	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	22.102	12.759	.660	.492	.829
P2	21.764	11.694	.737	.572	.808
P3	21.924	11.533	.765	.625	.800
P4	22.185	14.664	.438	.207	.878

P5	21.529	11.251	.759	.633	.802
----	--------	--------	------	------	------

Scale: Citra Merek Produk Kosmetik Merek The Ordinary

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.767	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BB1	22.643	9.654	.502	.271	.725
BB2	22.592	8.820	.571	.385	.700
BB3	22.280	9.216	.656	.443	.677
BB4	22.306	9.355	.543	.419	.711
BB5	22.764	9.527	.400	.211	.767

Scale: Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek The Ordinary

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.798	.809	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	------------------------------	----------------------------------

CC1	76.318	70.065	.298	.273	.793
CC2	76.452	70.429	.184	.329	.803
CC3	75.873	66.650	.502	.370	.781
CC4	76.752	69.201	.169	.435	.809
CC5	76.490	65.764	.352	.480	.792
CC6	76.280	64.241	.396	.344	.788
CC7	75.815	63.793	.639	.559	.770
CC8	75.783	65.940	.418	.343	.785
CC9	75.522	65.174	.534	.477	.777
CC10	76.102	65.618	.471	.395	.781
CC11	76.197	65.736	.461	.363	.782
CC12	75.917	64.487	.475	.332	.781
CC13	75.624	65.467	.522	.516	.778
CC14	75.987	68.551	.329	.270	.792
CC15	76.287	65.180	.507	.423	.779

Scale: Niat Beli Produk Kosmetik Merek The Ordinary

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.918	.920	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PP1	22.459	16.699	.771	.615	.905
PP2	22.057	16.003	.787	.630	.900
PP3	22.236	14.925	.795	.657	.899
PP4	22.287	15.244	.837	.702	.890
PP5	21.841	14.827	.776	.626	.904

LAMPIRAN IV

UJI REGRESI

A. Regresi Citra Merek dan Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek Somethinc

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.385	.67795

a. Predictors: (Constant), CISomethinc, BISomethinc

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.731	2	22.866	49.749	.000 ^b
	Residual	70.782	154	.460		
	Total	116.513	156			

a. Dependent Variable: PISomethinc

b. Predictors: (Constant), CISomethinc, BISomethinc

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.984	.454		2.170	.032
	BISomethinc	.322	.090	.288	3.564	.000
	CISomethinc	.521	.104	.404	5.000	.000

a. Dependent Variable: PISomethinc

B. Regresi Citra Merek dan Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek The Ordinary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.373	.77218

a. Predictors: (Constant), C1TheOrdinary, B1TheOrdinary

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.644	2	28.322	47.500	.000 ^b
	Residual	91.823	154	.596		
	Total	148.467	156			

a. Dependent Variable: P1TheOrdinary

b. Predictors: (Constant), C1TheOrdinary, B1TheOrdinary

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.946	.588		1.610	.109
	B1TheOrdinary	.808	.124	.614	6.524	.000
	C1TheOrdinary	.009	.159	.005	.058	.954

a. Dependent Variable: P1TheOrdinary

C. Regresi Tanpa Variabel Moderasi Produk Kosmetik Merek Somethinc

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542 ^a	.294	.289	.72855

a. Predictors: (Constant), B1Somethinc

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.241	1	34.241	64.511	.000 ^b
	Residual	82.272	155	.531		
	Total	116.513	156			

- a. Dependent Variable: PISomethinc
 b. Predictors: (Constant), BISomethinc

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.079	.427		4.872	.000
	BISomethinc	.607	.076	.542	8.032	.000

- a. Dependent Variable: PISomethinc

D. Regresi Tanpa Variabel Moderasi Produk Kosmetik Merek The Ordinary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.378	.76969

- a. Predictors: (Constant), BTheOrdinary

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.642	1	56.642	95.610	.000 ^b
	Residual	91.825	155	.592		
	Total	148.467	156			

- a. Dependent Variable: PTheOrdinary
 b. Predictors: (Constant), BTheOrdinary

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.967	.472		2.047	.042
	BTheOrdinary	.813	.083	.618	9.778	.000

- a. Dependent Variable: PTheOrdinary

E. Regresi Moderasi Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek Somethinc

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.396	.67192

a. Predictors: (Constant), BlxCISomethinc, BISomethinc, CISomethinc

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.438	3	15.813	35.024	.000 ^b
	Residual	69.076	153	.451		
	Total	116.513	156			

a. Dependent Variable: PISomethinc

b. Predictors: (Constant), BlxCISomethinc, BISomethinc, CISomethinc

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.334	1.765		-1.322	.188
	BISomethinc	.918	.319	.820	2.875	.005
	CISomethinc	1.213	.371	.941	3.272	.001
	BlxCISomethinc	-.123	.063	-.973	-1.944	.054

a. Dependent Variable: PISomethinc

F. Regresi Moderasi Citra Negara Asal Produk Kosmetik Merek The Ordinary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.385	.373	.77251

a. Predictors: (Constant), BlxCITheOrdinary, CITheOrdinary, BITheOrdinary

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.161	3	19.054	31.928	.000 ^b
	Residual	91.305	153	.597		
	Total	148.467	156			

a. Dependent Variable: PITheOrdinary

b. Predictors: (Constant), BlxCITheOrdinary, CITheOrdinary, BITheOrdinary

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.894	3.106		-.610	.543
	BITheOrdinary	1.341	.586	1.019	2.290	.023
	CITheOrdinary	.534	.585	.316	.912	.363
	BlxCITheOrdinary	-.098	.105	-.671	-.932	.353

a. Dependent Variable: PITheOrdinary