

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada YTH.:

Bapak/Ibu/Saudara Responden

Di Tempat

Saya saat ini sedang melakukan penelitian dengan Judul **Pengaruh *Country Of Origin* dan *Perceived Quality* Terhadap *Brand Image* Kosmetik Focallure**. Untuk itu dalam kesempatan ini, Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk membantu saya mengisi kuesioner ini. Apapun pendapat dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan, SAYA AKAN JAMIN KERAHASIAANNYA dan ini semata-mata untuk kepentingan penelitian.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Oleh karena itu, Saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara sekalian mendapat imbalan dari Allah SWT. Amin.

Penelit

Dian Monica Deariesty

A. DEKSRIPSI

RESPONDEN Petunjuk

Pengisian:

- Berilah Tanda [X] pada kolom jawaban yang anda pilih
- Isi (.....) sesuai dengan apa yang diminta oleh pertanyaan

Nama	:
Jenis Kelamin		<input type="checkbox"/> Laki-Laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Usia	: Thn
Asal Daerah	:
Pendidikan Terakhir	:	<input type="checkbox"/> SD/Sederajat <input type="checkbox"/> SMP/Sederajat <input type="checkbox"/> SMA/Sederajat <input type="checkbox"/> Diploma

		<input type="checkbox"/> S1 <input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> S3
Pekerjaan	:	<input type="checkbox"/> Pelajar <input type="checkbox"/> Mahasiswa <input type="checkbox"/> Profesional (Dokter, Pengacara, dll) <input type="checkbox"/> Tenaga Pengajar <input type="checkbox"/> PNS <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> <i>Make Up Artist</i> <input type="checkbox"/> dll (sebutkan)
Rata-rata Pengeluaran perbulan	:	<input type="checkbox"/> <Rp. 2.000.000 <input type="checkbox"/> Rp. 2.000.00- Rp. 4.000.000 <input type="checkbox"/> Rp. 4.000.000- Rp. 6.000.000 <input type="checkbox"/> Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000 <input type="checkbox"/> >Rp. 8.000.000

B. KUISIONER UTAMA

Berilah Tanda [X] pada angka 1 sampai dengan 10 di kotak yang tersedia berdasarkan persepsi anda. Angka tersebut menunjukkan tingkat kesetujuan anda terhadap pernyataan yang diajukan. Semakin mendekati angka 10 berarti anda sangat setuju terhadap pernyataan tersebut, sebaliknya semakin mendekati angka 1 berarti anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

1. Country Of Origin

1. Negara China membuat kosmetik yang berkuaitas.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sangat Setuju
2. Kosmetik Focallure merupakan kosmetik asal China yang ternama.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sangat Setuju
3. Kosmetik Focallure merupakan salah satu merek kosmetik unggul buatan China	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sangat Setuju
4. Kosmetik Focallure ditangani oleh tenaga kerja yang berkualitas.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sangat Setuju
5. kosmetik Focallure dibuat dengan mengikuti prosedur yang ada.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sangat Setuju
6. Saya merasa ingin melihat proses produksi kosmetik Focallure di China.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Sangat Setuju

2. *Perceived Quality*

1. Kosmetik focallure memiliki kualitas yang baik dibandingkan produk kosmetik lain.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
2. kosmetik Focallure memiliki kualitas tinggi secara keseluruhan.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
3. Kosmetik Focallure diproduksi dengan menggunakanteknologi yang tinggi.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
4. Kosmetik Focallure dibuat dengan material yang berkualitas	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
5. Umur penyimpanan kosmetik Focallure relatif lama.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
6. Kosmetik Focallure memiliki kualitas yang konsisten.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
7. Kosmetik focallure sesuai dengan kualitas yang dijanjikan.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
8. Kosmetik Focallure memiliki kualitas yang diinginkan konsumen.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju

3. *Brand Image*

1. Kosmetik Focallure diproduksi oleh perusahaan yang ternama.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
2. Perusahaan yang menaungi Focallure merupakan perusahaan yang populer.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
3. Ketika menggunakan kosmetik Focallure saya merasa lebih percaya diri.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
4. Saya bisa mengaplikasikan kosmetik Focallure dengan mudah.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
5. Kosmetik Focallure memiliki ciri khas yang membedakan dirinya dengan kosmetik lain.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju
6. Kosmetik Focallure merupakan kosmetik terbaik di kelasnya.	Sangat Tidak Setuju	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Sangat Setuju

LAMPIRAN 2

Deskripsi Data

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	100	100,0	100,0	100,0

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-25	93	93,0	93,0	93,0
26-35	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid DIPLOMA	4	4,0	4,0	4,0
S1	8	8,0	8,0	12,0
SMA/SMK/Sederajat	84	84,0	84,0	96,0
SMP/Sederajat	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Buruh	2	2,0	2,0	2,0
Ibu Rumah Tangga	2	2,0	2,0	4,0
Karyawan Swasta	20	20,0	20,0	24,0
Mahasiswa	69	69,0	69,0	93,0
Make Up Artist	1	1,0	1,0	94,0
Pelajar	4	4,0	4,0	98,0
PNS	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pengeluaran Perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 2.000.000	64	64,0	64,0	64,0
Rp. 2.000.000 - Rp. 4.000.000	25	25,0	25,0	89,0
Rp. 4.000.000 - Rp. 6.000.000	9	9,0	9,0	98,0
> Rp. 8.000.000	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS

VARIABEL COUNTRY OF ORIGIN

Correlations

		COO_1	COO_2	COO_3	COO_4	COO_5	COO_6	COO_TOTAL
COO_1	Pearson Correlation	1	,431**	,536**	,591**	,566**	,336	,696**
	Sig. (2-tailed)		,005	,000	,000	,000	,034	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
COO_2	Pearson Correlation	,431**	1	,708**	,738**	,700**	,574**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
COO_3	Pearson Correlation	,536**	,708**	1	,691**	,786**	,557**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
COO_4	Pearson Correlation	,591**	,738**	,691**	1	,764**	,439	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,005	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
COO_5	Pearson Correlation	,566**	,700**	,786**	,764**	1	,607**	,895**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
COO_6	Pearson Correlation	,336	,574**	,557**	,439	,607**	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000	,000	,005	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
COO_TOTAL	Pearson Correlation	,696**	,851**	,869**	,856**	,895**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

VARIABEL *PERCEIVED QUALITY*

Correlations

		PQ_1	PQ_2	PQ_3	PQ_4	pQ_5	PQ_6	PQ_7	PQ_8	PQ_TOTAL
PQ_1	Pearson Correlation	1	,711**	,603**	,704**	,556**	,600**	,698**	,671**	,832**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_2	Pearson Correlation	,711**	1	,633**	,722**	,523**	,568**	,661**	,617**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_3	Pearson Correlation	,603**	,633**	1	,685**	,531**	,645**	,624**	,682**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_4	Pearson Correlation	,704**	,722**	,685**	1	,579**	,653**	,693**	,547**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
pQ_5	Pearson Correlation	,556**	,523**	,531**	,579**	1	,822**	,668**	,608**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_6	Pearson Correlation	,600**	,568**	,645**	,653**	,822**	1	,755**	,665**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_7	Pearson Correlation	,698**	,661**	,624**	,693**	,668**	,755**	1	,736**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_8	Pearson Correlation	,671**	,617**	,682**	,547**	,608**	,665**	,736**	1	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_TOTAL	Pearson Correlation	,832**	,806**	,809**	,832**	,797**	,860**	,881**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		PQ_1	PQ_2	PQ_3	PQ_4	pQ_5	PQ_6	PQ_7	PQ_8	PQ_TOTAL
PQ_1	Pearson Correlation	1	,711**	,603**	,704**	,556**	,600**	,698**	,671**	,832**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_2	Pearson Correlation	,711**	1	,633**	,722**	,523**	,568**	,661**	,617**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_3	Pearson Correlation	,603**	,633**	1	,685**	,531**	,645**	,624**	,682**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_4	Pearson Correlation	,704**	,722**	,685**	1	,579**	,653**	,693**	,547**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
pQ_5	Pearson Correlation	,556**	,523**	,531**	,579**	1	,822**	,668**	,608**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_6	Pearson Correlation	,600**	,568**	,645**	,653**	,822**	1	,755**	,665**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_7	Pearson Correlation	,698**	,661**	,624**	,693**	,668**	,755**	1	,736**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_8	Pearson Correlation	,671**	,617**	,682**	,547**	,608**	,665**	,736**	1	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PQ_TOTAL	Pearson Correlation	,832**	,806**	,809**	,832**	,797**	,860**	,881**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

VARIABLE BRAND IMAGE

Correlations

		BI_1	BI_2	BI_3	BI_4	BI_5	BI_6	BI_TOTAL
BI_1	Pearson Correlation	1	,522**	,374*	,345*	,355*	,138	,568**
	Sig. (2-tailed)		,001	,017	,029	,025	,395	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
BI_2	Pearson Correlation	,522**	1	,669**	,776**	,652**	,529**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
BI_3	Pearson Correlation	,374*	,669**	1	,787**	,803**	,702**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,017	,000		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
BI_4	Pearson Correlation	,345*	,776**	,787**	1	,812**	,684**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,029	,000	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
BI_5	Pearson Correlation	,355*	,652**	,803**	,812**	1	,794**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,025	,000	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
BI_6	Pearson Correlation	,138	,529**	,702**	,684**	,794**	1	,780**
	Sig. (2-tailed)	,395	,000	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
BI_TOTAL	Pearson Correlation	,568**	,849**	,884**	,903**	,903**	,780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Variabel Country Of Origin

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	6

Variabel Perceived Quality

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,936	8

Variabel Brand Image

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,897	6

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

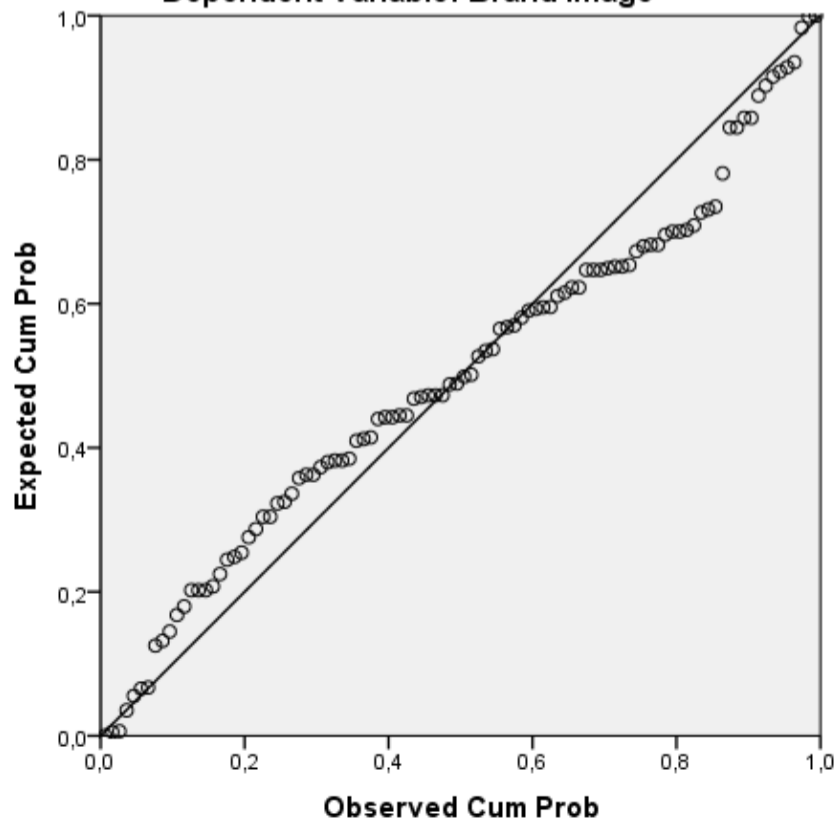
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,27044273
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,123
	Negative	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		1,230
Asymp. Sig. (2-tailed)		,097

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Brand Image



UJI LINIERITAS

Variabel Country Of Origin

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Brand Image * Country Of Origin	Between Groups	(Combined)	2490,450	24	103,769	6,843	,000
		Linearity	2090,240	1	2090,240	137,837	,000
		Deviation from Linearity	400,210	23	17,400	1,147	,319
	Within Groups		1137,340	75	15,165		
Total			3627,790	99			

Variabel Perceived Quality

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Brand Image * Perceived Quality	Between Groups	(Combined)	2818,702	26	108,412	9,781	,000
		Linearity	2510,855	1	2510,855	226,542	,000
		Deviation from Linearity	307,847	25	12,314	1,111	,354
	Within Groups		809,088	73	11,083		
Total			3627,790	99			

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,841 ^a	,708	,702	3,304

a. Predictors: (Constant), Perceived Quality, Country Of Origin

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,301	2,896		1,485	,141
	Country Of Origin	,235	,102	,225	2,306	,023
	Perceived Quality	,510	,077	,646	6,622	,000

a. Dependent Variable: Brand Image

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2568,906	2	1284,453	117,663	,000 ^b
	Residual	1058,884	97	10,916		
	Total	3627,790	99			

a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Perceived Quality, Country Of Origin

