

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latarbelakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.1.1 Minat Beli	19
2.1.1.2 <i>Country Of Origin</i>	25
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	27

2.1.2.1 Harga	29
2.1.2.2 Promosi	32
2.2 Hubungan Antar Variabel yang Diteliti	38
2.2.1 Hubungan harga terhadap minat beli	38
2.2.2 Hubungan promosi terhadap minat beli	39
2.2.3 Hubungan <i>country of origin</i> terhadap minat beli	40
2.3 Penelitian Terdahulu.....	40
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	42
2.5 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.1 Variabel Penelitian.....	44
3.1.1.1 Variabel Independen (Bebas).....	44
3.1.1.2 Variabel Dependen (Terikat).....	44
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi.....	48
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.5 Metode Analisis.....	50
3.5.1 Uji Validitas	51
3.5.2 Uji Reliabilitas	51
3.5.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	51
3.5.3.1 Uji Multikolonieritas.....	52
3.5.3.2 Uji Normalitas.....	52
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.5.5 Pengujian Hipotesis	54
3.5.5.1 Uji Statistika F	54
3.5.5.2 Uji Statistik t	55
3.5.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	55
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1 Deskripsi Umum Identitas Responden Penelitian.....	57
4.1.1.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.1.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	58
4.1.1.3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.1.4 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan.....	60
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	61
4.1.2.1 Analisis Indeks Variabel Harga	62
4.1.2.2 Analisis Indeks Variabel Promosi.....	63
4.1.2.3 Analisis Indeks Variabel <i>Country Of Origin</i>	65
4.1.2.4 Analisis Indeks Variabel Minat Beli	66
4.2 Analisis Data	68
4.2.1 Uji Validitas	68
4.2.2 Uji Reliabilitas	69
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.2.3.1 Uji Multikolinieritas.....	70
4.2.3.2 Uji Normalitas	72
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	76
4.2.5 Pengujian Hipotesis	77

4.2.5.1 Uji F	77
4.2.5.2 Uji t (parsial)	78
4.2.5.3 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	80
Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	81
Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	82
Pengaruh <i>Country of Origin</i> Terhadap Minat Beli	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Keterbatasan	86
5.3 Saran	87
5.3.1 Implikasi Kebijakan	87
5.3.2 Implikasi Teoritis	88
5.3.3 Saran penelitian yang akan datang.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	94