

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1 Deskripsi Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Persepsi Kualitas.....	14
2.2.1 Deskripsi Kualitas.....	14
2.2.2 Deskripsi Persepsi Kualitas	14
2.2.3 Hubungan Persepsi Kualitas dengan Keputusan Pembelian	16
2.3 Negara Asal (<i>Country of Origin</i>).....	17
2.3.1 Deskripsi Negara Asal (<i>Country of Origin</i>)	17
2.3.2 Hubungan <i>Country of Origin</i> dengan Keputusan Pembelian	20
2.3 Promosi.....	21
2.4.1 Deskripsi Promosi.....	21
2.4.2 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.4 Penelitian terdahulu	23
2.5 Kerangka Pemikiran	25
2.6 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	27
3.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	27
3.1.2 Variabel Terikat	28
3.2 Populasi	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Metode Analisis	33

3.5.1 Uji Instrumen	35
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	36
3.5.3 Regresi Linier Berganda	36
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	36
3.5.5 Pengujian Hipotesis (Uji-t)	37
3.5.6 Koefisien Determinasi (RSquare).....	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.	39
4.1 Pendahuluan.....	39
4.2 Deskripsi Objek Penelitian	39
4.3. Gambaran Umum Responden.....	41
4.4 Uji Kualitas Data	45
4.4.1 Uji Validitas.....	45
4.4.1.1 Validitas Variabel Persepsi Kualitas.	45
4.4.1.2 Validitas Variabel <i>Country of Origin</i>	45
4.4.1.3 Validitas Variabel Promosi.....	46
4.4.1.4 Validitas Variabel Keputusan Pembelian.	46
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.4.3 Deskripsi Jawaban Responden.	49
4.4.3.1 Variabel Persepsi Kualitas.....	50
4.4.3.2 Variabel <i>Country of Origin</i>	53
4.4.3.3 Variabel Promosi.....	55
4.4.3.4 Variabel Keputusan Pembelian.	57
4.5 Uji Persamaan	60
4.5.1 Uji Asumsi Klasik.	60
4.5.2 Uji Normalitas.	61
4.5.3 Uji Multikolinieritas.	65
4.5.4 Uji Heteroskedastisitas.	65
4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	67
4.5.6 Uji Signifikansi Parsial.....	67
4.5.7 Uji Kelayakan Model Persamaan.....	69
4.5.8 Koefisien Determinasi Persamaan.	72
4.6 Pengujian Hipotesis.	73
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1.	73
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2.	73
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3.	74
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.1.1 Kesimpulan Hipotesis 1	75
5.1.2 Kesimpulan Hipotesis 2	76
5.1.3 Kesimpulan Hipotesis 3	77
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.3 Saran	78
5.3.1 Implikasi Kebijakan.....	78
5.4 Penelitian yang Akan Datang	80
DAFTAR PUSTAKA	81

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	83
LAMPIRAN B HASIL UJI RELIABILITAS	91
LAMPIRAN C HASIL UJI VALIDITAS	93
LAMPIRAN D HASIL UJI ASUMSI KLASIK	96
LAMPIRAN E HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	102
LAMPIRAN F HASIL UJI HIPOTESIS.....	104
LAMPIRAN G HASIL TABULASI DATA.....	106