

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Persetujuan Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi .....	iv
Motto dan Persembahan.....	v
Abstrak .....	vi
<i>Abstract</i> .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Tabel .....	xviii
Daftar Gambar .....	xvix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	16
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	17
1.4. Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
2.1. Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian .....	20
2.1.1. Sikap terhadap produk.....	20
2.1.2. Etnosentrisme Konsumen.....	28
2.1.3. Kemenarikan Atribut.....	39
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	43

2.2. Penelitian Terdahulu .....	51
2.3. Model Penelitian .....	22
2.4. Hubungan Hipotesis .....	53
2.5. Dimensional Variabel.....	55
<b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
3.1. Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian .....	60
3.1.1. Variabel Penelitian.....	60
3.1.2. Definisi Operasional Variabel .....	61
3.2. Populasi dan Sampel .....	67
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	69
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	69
3.4.1. Kuesioner .....	70
3.4.2. Tahap Pengolaan Data .....	70
3.5. Metode Analisis Data .....	71
3.5.1. Analisis Data Diskriptif .....	71
3.5.2. Analisis Regresi .....	72
3.5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
3.5.2.2 Uji Validitas.....	74
3.5.2.3 Uji Reabilitas .....	74
3.5.3. Uji Asumsi klasik .....	75
3.5.3.1 Uji normalitas data.....	75
3.5.3.2 Uji Multikolinietitas.....	75
3.5.3.3 Uji Heteroskedastistas .....	76

3.5.4. Uji Kebaikan Model .....	77
3.5.4.1 Uji Statistik F.....	77
3.5.4.2 Uji Statistik t.....	77
3.5.4.3 Uji Determinasi.....	77
3.5.5. Uji Intervening (Uji Sobel).....	78
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>79</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	79
4.1.1. Gambaran umum responden .....	71
4.1.2. Gambaran umum penggunaan produk.....	85
4.2. Analisis Indeks Jawaban Responden .....	87
4.2.1. Analisis Indeks Jawaban Etnosentrisme Konsumen.....	89
4.2.2. Analisis Indeks Jawaban Persepsi Harga .....	91
4.2.3. Analisis Indeks Jawaban Kemenarikan Atribut .....	93
4.2.4. Analisis Indeks Jawaban Sikap Produk.....	95
4.2.5. Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian .....	97
4.3. Analisis Hasil Penelitian .....	99
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	99
4.4. Struktur 1.....	103
4.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	103
4.4.1.1. Uji Multikolinearitas .....	103
4.4.1.2. Uji Heteroskedastisitas .....	104
4.4.1.3. Uji Normalitas .....	105
4.4.2. Uji <i>Goodness of fit</i> .....	108

4.4.3. Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T .....	109
4.4.3.1. Uji Regresi Linier Berganda .....	109
4.4.3.2. Uji Parsial (Uji T).....	110
4.4.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	111
4.5. Struktur 2.....	103
4.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	113
4.5.1.1. Uji Multikolinearitas .....	113
4.5.1.2. Uji Heteroskedastisitas .....	114
4.5.1.3. Uji Normalitas .....	115
4.5.2. Uji <i>Goodness of fit</i> .....	118
4.5.3. Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T .....	119
4.5.3.1. Uji Regresi Linier Berganda .....	119
4.5.3.2. Uji Parsial (Uji T).....	120
4.5.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	122
4.6. Uji Intervening (Uji Sobel) .....	125
4.7. Pembahasan hasil regresi .....	125
4.8. Pembahasan hasil penelitian .....	125
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL .....</b>	<b>131</b>
5.1. Kesimpulan .....	131
5.2. Implikasi Manajerial .....	138
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	138
5.4. Keterbatasan Penelitian .....	143
5.5. Agenda Penelitian Mendatang .....	143

DAFTAR PUSTAKA .....	146
DAFTAR LAMPIRAN.....	152