

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	vi
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Kegunaan Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK</b>	
2.1 Deskripsi Konseptual .....	18
2.1.1 <i>Purchase Intention</i> .....	18
2.1.2 <i>Country of Origin</i> .....	21
2.1.3 <i>Word of Mouth Communication</i> .....	26
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Teoritik .....	41
2.4 Perumusan Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	45
3.1.1 Tempat Penelitian .....	45
3.1.2 Waktu Penelitian .....	45
3.1.3 Subjek Penelitian .....	45
3.1.4 Objek Penelitian .....	45
3.2 Metode Penelitian .....	46
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel .....	47
3.3.1 Populasi .....	47
3.3.2 Sampel .....	47
3.4 Metode pengumpulan Data .....	50
3.5 Operasional Variabel Penelitian .....	51
3.5.1 Variabel Independen .....	51
3.5.2 Variabel Dependen .....	51
3.6 Skala Pengukuran .....	54
3.7 Alat dan Teknis Analisis Data .....	55
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	55
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
3.8 Uji Asumsi Dasar .....	58
3.8.1 Uji Normalitas .....	58
3.8.2 Uji Linearitas .....	58

3.9	Uji Asumsi Klasik .....	59
3.9.1	Uji Multikolinearitas.....	59
3.9.2	Uji Heteroskedastisitas .....	60
3.10	Uji Hipotesis.....	60
3.10.1	Uji t.....	60
3.11	Pilot Study.....	61
3.11.1	Variabel <i>Country of Origin</i> .....	62
3.11.2	Variabel <i>Word of Mouth Communication</i> .....	63
3.11.3	Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Deskriptif Unit Analisis .....	67
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	68
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Domisili .....	69
4.2	Analisis Deskriptif. ....	71
4.2.1	Variabel <i>Country of Origin</i> .....	72
4.2.2	Variabel <i>Word of Mouth Communication</i> .....	74
4.2.3	Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	77
4.3	Uji Instrumen .....	79
4.3.1	Uji Validitas .....	79
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	81
4.4	Uji Asumsi Dasar .....	81
4.4.1	Uji Normalitas .....	81
4.4.2	Uji Linearitas .....	82
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	84
4.5.1	Uji Multikolinearitas.....	84
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas .....	85
4.6	Uji Hipotesis.....	87
4.6.1	Regresi Linear Berganda.....	87
4.6.2	Uji t.....	88
4.7	Koefisien Determinasi $R^2$ .....	90
4.8	Pembahasan.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	93
5.2	Implikasi.....	94
5.3	Saran.....	95
5.3.1	Saran Praktis.....	95
5.3.2	Saran Teoretis.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		97
<b>LAMPIRAN.....</b>		100
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>		118