

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
ABSTRAK.....	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan Penelitian.....	14
E. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Kajian Penelitian Terdahulu	16
B. Konsep dan Teori.....	21
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40

A. Metode dan Pendekatan.....	40
B. Jenis dan Sumber Data.....	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
D. Operasional Variabel.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Hasil Penelitian.....	57
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
2. Deskripsi Data Penelitian.....	60
3. Hasil Uji Instrumen Data.....	74
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
1. Pengaruh <i>Country of Origin</i> (X) terhadap Minat Beli (Y).....	86
2. Pengaruh <i>Country of Origin</i> (X) terhadap <i>Brand Image</i> (Z).....	89
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> (Z) terhadap Minat Beli (Y).....	91
4. Pengaruh <i>Country of Origin</i> (X) dimediasi oleh <i>Brand Image</i> (Z) terhadap Minat Beli (Y).....	93
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	100