

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Etnosentrism Konsumen	13
2.1.2 <i>Perceived Quality</i>	15
2.1.3 Negara Asal (<i>Country Of Origin</i>)	18
2.2 Penelitian Terdahulu Dan Hipotesis	21
2.2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2.2 Hipotesis	25
2.3 Kerangka Berfikir	26
BAB 3 METEDOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Populasi Dan Sampel	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	28
3.4 Data Penelitian	28

3.4.1 Sumber Data	28
3.5 Instrumen Pengumpulan Data	29
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.6.1 <i>Country Of Origin</i> (Variabel X)	29
3.6.2 <i>Perceived Quality</i> (Variabel Y)	30
3.6.3 Etnosentris Konsumen (Variabel Z)	31
3.6.4 Tabel Operasional Variabel	32
3.7 Uji Coba Instrumen	
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Reliabilitas	35
3.8 Metode Analisis Data	35
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	35
3.8.1.1 Uji Normalitas	36
3.8.1.2 Uji Heteroskedastisitas	36
3.8.2 Analisis Regresi (<i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>)	37
3.9 Uji Hipotesis	39
3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	39
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.9.3 Uji Residual	40

BAB 4 PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1 Profil Perusahaan	42
4.1.2 Logo Produk	42
4.1.3 Produk Perusahaan	42
4.2 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.3 Karakteristik Responden	44
4.3.1 Karakteristik Berdasarkan Domisili Responden	45
4.3.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	46
4.4 Uji Instrumen Penelitian	47
4.4.1 Uji Validitas	48
4.4.2 Uji Reliabilitas	49
4.5 Deskripsi Variabel Penelitian	49

4.5.1 Variabel Country Of Origin	51
4.5.2 Variabel Perceived Quality	52
4.4.3 Variabel Etnosentris Konsumen	53
4.6 Uji Asumsi Klasik	55
4.6.1 Uji Normalitas	55
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas	56
4.7 Hasil (<i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>)	57
4.8 Hasil Uji Hipotesis	57
4.8.1 Hasil Uji T (Parsial)	62
4.8.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.8.3 Hasil Uji Residual	63
4.9 Pembahasan	66
4.9.1 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> (X) Terhadap <i>Perceived Quality</i> (Y)	66
4.9.2 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap <i>Perceived Quality</i> Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen	68
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80