

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	vxi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	9
1. <i>Country of Origin</i>	9
a. Pengertian <i>Country of Origin</i>	9
b. Indikator <i>Country of Origin</i>	13
2. <i>Global Brand Image</i>	14
a. Pengertian <i>Global Brand Image</i>	14
b. Indikator <i>Global Brand Image</i>	16
3. <i>Perceived Quality</i>	17
a. Pengertian <i>Perceived Quality</i>	17
b. Indikator <i>Perceived Quality</i>	19
4. <i>Purchase Intention</i>	20
a. Pengertian <i>Purchase Intention</i>	20
b. Indikator <i>Purchase Intention</i>	22
B. Hasil Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berpikir	26
D. Hipotesis	28

1. Pengaruh <i>Country Of Origin</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	29
2. Pengaruh <i>Global Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	30
3. Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	31
4. Pengaruh <i>Country Of Origin, Global Brand Image</i> dan <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	32

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan	43
B. Populasi dan Sampel	43
C. Identifikasi Variabel	36
D. Variabel Operasional	36
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Teknik Analisis Data	39
1. Uji Validitas Reliabilitas Instrumen	39
a. Uji Validitas Instrumen	39
b. Uji Reliabilitas Instrumen	39
2. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas	40
b. Uji Heterokedastisitas	40
c. Uji Multikolinieritas	41
d. Uji Autokorelasi	42
3. Teknik Analisis Data	42
a. Analisis Deskriptif	42
b. Analisis Regresi Berganda	43
c. Uji t Parsial	44
d. Uji Statistik F	44
e. Koefisien Determinasi	45

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Penelitian	47
1. Gambaran Umum Subyek Penelitian	74
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	49
a. Uji Validitas Instrumen	49
b. Uji Reliabilitas Instrumen	51
3. Analisis Deskriptif	52

a. <i>Country of Origin</i> (X1)	52
b. <i>Global Brand Image</i> (X2)	53
c. <i>Perceived Quality</i> (X3)	54
d. <i>Purchase Intention</i> (Y).....	55
4. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Normalitas.....	56
b. Uji Multikolinieritas.....	57
c. Uji Heterokedastisitas	58
5. Analisis Regresi	59
6. Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	60
7. Regresi Berganda (Uji F)	62
8. <i>Adjusted R Square</i>	63
B. Pembahasan.....	63
1. Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	63
2. Pengaruh <i>Global Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	65
3. Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	67
4. Pengaruh <i>Country of Origin</i> , <i>Global Brand Image</i> dan <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	68
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Perkembangan <i>Top Brand Smartphone Award</i> Periode 2015-2018	5
3.1	Variabel Operasional.....	36
3.2	Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	42
4.1	Penyebaran Kuesioner.....	47
4.2	Profil Responden.....	47
4.3	Hasil Uji Validitas Responden.....	49
4.4	Hasil Uji Validitas Responden.....	50
4.5	Hasil Uji Validitas Responden.....	50
4.6	Hasil Uji Validitas Responden.....	51
4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Responden.....	52
4.8	Hasil Analisis Deskriptif <i>Country Of Origin</i> (X1).....	52
4.9	Hasil Analisis Deskriptif <i>Global Brand Image</i> (X2)	53
4.10	Hasil Analisis Deskriptif <i>Perceived Quality</i> (X3).....	54
4.11	Deskripsi Hasil Penelitian <i>Purchase Intention</i> (Y).....	55
4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	57
4.13	Hasil Analisis Regresi	59
4.14	Hasil Uji t.....	60
4.15	Hasil Pengujian Berganda (Signifikansi $\alpha = 5\%$)	62
4.16	Nilai <i>Adjusted R Square</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Kerangka Berpikir.....	28
	4.1	Hasil Uji Normalitas	56
	4.2	Hasil Uji Normalitas	57
	4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	58

