

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum Wuling Motors Indonesia.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	4
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	4
1.1.4 Profil Perusahaan	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Pemasaran	12

2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.4 <i>Country of Origin</i>	15
2.1.5 <i>Perceived Quality</i>	17
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.7 Hubungan antar Variabel	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	34
3.2.1 Operasional Variabel.....	34
3.2.2 Skala Pengukuran.....	37
3.3 Tahapan Penelitian	38
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel.....	40
3.4.3 Teknik Sampling	41
3.5 Pengumpulan Data	42
3.5.1 Sumber Pengumpulan Data.....	42
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5.3 Metode Desain Angket Kuisisioner.....	44
3.6 Uji Keabsahan Data yang Diperoleh.....	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	50
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.3 Uji <i>Method Successive Internal</i> (MSI)	52

3.7.4 Analisis Regresi Berganda	54
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	55
3.7.6 Analisis Koefisien Determinan	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Identitas Responden.....	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Tipe Mobil.....	62
4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Waktu Pemakaian Mobil.....	63
4.2 Analisis Deskriptif	64
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Country Of Origin</i> (X1).....	65
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Quality</i> (X2).....	69
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	76
4.3 <i>Method Succesive Interval</i> (MSI).....	82
4.4 Pengaruh <i>Country of Origin</i> (X1), <i>Perceived Quality</i> (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Mobil Wuling di Kota Bandung.	83
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	83
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	86
4.4.3 Uji Hipotesis	88
4.4.4 Koefesien Determinasi.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	96
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	103