

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	20
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	20
1.6 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Perilaku Konsumen	22
2.1.3 Country of Origin	23
2.1.4 Brand Image.....	24
2.1.5 Minat Beli	25
2.1.6 Electronic Word of Mouth (e-WOM)	26
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.2.1 Hubungan Antara Country of Origin Terhadap Minat Beli.....	28
2.2.2 Hubungan Antara Brand Image Terhadap Minat Beli	28
2.2.3 Moderasi <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Hubungan Country of Origin dan Minat Beli.....	29

2.2.4 Moderasi <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Hubungan <i>Brand Image</i> dan Minat Beli.....	29
2.3 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis	39
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Variabel operasional dan Skala Pengukuran	41
3.2.1 Variabel Operasional.....	41
3.2.2 Skala pengukuran	50
3.3 Tahapan Penelitian.....	51
3.4 Populasi dan Sampel	52
3.4.1 Populasi	52
3.4.2 Sampel.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Data primer.....	53
3.5.2 Data sekunder.....	54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.6.1 Uji validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.7 Teknik Analisis Data	58
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2 Analisis Inferensial dengan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)	59
BAB IV	63
4.1 Pengumpulan Data	63
4.2 Karakteristik Responden.....	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.3 Hasil Penelitian	66
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	66
4.3.2 Analisis Partial Least Square	77
4.3.3 Uji Hipotesis	83

4.4 Pembahasan	84
4.4.1 Pengaruh Variabel Country of Origin terhadap Minat Beli	84
4.4.2 Pengaruh Variabel Brand Image terhadap Minat Beli.....	85
4.4.3 eWOM memoderasi Country of Origin terhadap Minat Beli	85
4.4.4 eWOM memoderasi Brand Image terhadap Minat Beli.....	85
BAB V	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	88
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94