

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	61
Tabel 3. 3 Parameter Uji Validitas.....	69
Tabel 3. 4 Parameter Uji Reliabilitas	70
Tabel 3. 5 Kriteria Interpretasi Skor.....	71
Tabel 3. 6 Rule of Thumb Evaluation Structural Model	73
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan.....	81
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran	83
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	84
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif <i>Country of Origin</i>	85
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	87
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif <i>Product Price</i>	89
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	92
Tabel 4.11 Convergent Validity Variabel <i>Country of Origin</i>	95
Tabel 4.12 Cross Loading Variabel <i>Country of Origin</i>	95
Tabel 4.13 Fornell-Larcker Criteria Variabel <i>Country of Origin</i>	96
Tabel 4.14 Reliabilitas Konstruk <i>Country of Origin</i>	96
Tabel 4.15 Convergent Validity Variabel <i>Brand Image</i>	97
Tabel 4.16 Convergent Validity Variabel <i>Brand Image</i>	98
Tabel 4.18 Reliabilitas Konstruk <i>Brand Image</i>	99
Tabel 4.19 Convergent Validity Variabel <i>Product Price</i>	99
Tabel 4.20 Cross Loading Variabel <i>Product Price</i>	100
Tabel 4.26 Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 4.28 Cross Loading Variabel Kepuasan Pelanggan.....	105
Tabel 4.31 Hasil Uji R-Square	107
Tabel 4.32 Hasil Path Coefficient Antar Variabel dalam Model SEM.....	108

Tabel 4.33 Hasil Nilai Q-square	109
Tabel 4.35 Hasil Uji Hipotesis dan Signifikansi SEM PLS	110