

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
Halaman Abstrak dan Abstract	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Bahasan	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB 2	9
2.1 Purchase Intention	9
2.2 <i>Country of origin</i>	10
2.3 Perceived Quality	12
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Pengembangan Hipotesis	22
2.5.1 Pengaruh antara Country of origin terhadap Purchase Intention	22
2.5.2 Pengaruh antara Country of origin terhadap Perceived quality	22
2.5.3 Pengaruh antara Perceived quality terhadap Purchase intention	22
2.5.4 Pengaruh antara Country of origin terhadap Purchase intention melalui Perceived quality	23
2.6 Kerangka Konseptual	23
2.7 Hipotesis Penelitian	24
BAB III	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Desain Penelitian	26
3.3 Desain Sampling	27
3.4 Operasionalisasi Variabel	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	32
3.6 Metode Analisis Data	33

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	33
3.6.2 Uji Validitas	33
3.6.3 Uji Reliabilitas	33
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.5 Uji Analisis Regresi	35
3.6.6 Uji Analisis Mediasi	36
BAB IV	37
4.1 Gambaran Profil Responden	37
4.1.1 Gambaran Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	37
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Terakhir Membeli Produk	39
4.2 Uji Instrumen Penelitian	40
4.2.1 Uji Validitas	40
4.2.2 Uji Reliabilitas	41
4.5 Uji Asumsi Klasik	42
4.5.1 Uji Normalitas	42
4.5.2 Uji Heterokedastisitas	43
4.5.3 Uji Data Ekstrim (Outlier)	44
4.3 Uji Hipotesis	45
4.3.1 Analisis Regresi	45
4.3.2 Uji Analisis Mediasi	49
4.4 Implikasi Manajerial	51
BAB V	53
KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka	15
Tabel 3. 1 Desain <i>Sampling</i>	27
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	29
Tabel 3. 3 Kriteria Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	34
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	42
Tabel 4. 4 Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji <i>Outlier</i>	44
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi <i>Country of origin</i> dengan <i>Perceived Quality</i>	45
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi <i>Country of origin</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Perceived Quality</i>	46
Tabel 4. 8 <i>Direct Effects</i> Variabel <i>Country of origin</i> terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	49
Tabel 4. 9 <i>Indirecet effects</i> Variabel <i>Country of origin</i> terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i> Melalui Variabel <i>Perceived Quality</i>	49
Tabel 4. 10 <i>Total Effects</i>	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Branded Fashion Asing Yang Paling Sering Dibeli	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	38
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	39
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Terakhir Membeli Produk <i>Brand Streetwear</i> Asal Indonesia	39