

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PRAKATA	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Limgkup Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LADASAN TEORI	11
2.1 <i>Country of origin</i>	11
2.2 <i>Perceived Quality</i>	15
2.3 <i>Brand Image</i>	16
2.4 Kerangka Pikir	19
2.5 Hipotesis	21
2.6 Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sumber Data.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel	26

3.5 Variabel Penelitian	27
3.5.1 Variabel Independen.....	27
3.5.2 Variabel Dependen	28
3.6 Definisi operasional variabel.....	28
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	29
3.7.1 Uji Validitas Instrumen	29
3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	30
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	31
3.8.1 Uji Normalitas	31
3.8.2 Uji Multikolinieritas	32
3.8.3 Uji Linieritas.....	32
3.9 Metode Analisis Data	33
3.9.1 Analisis Regresi Berganda	33
3.9.2 Uji t.....	34
3.9.2 Uji F.....	34
3.10 Pengujian Hipotesis	35
3.10.1 Uji t.....	35
3.10.2 Uji F.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Karakteristik Responden	37
1.1.1 Deskripsi Karakteistik Responden	37
1.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	40
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	43
4.2.1 Hasil Uji Validitas	43
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
4.3 Uji Persyaratan Analsisis Data	47
4.3.1 Hasil Uji Normalitas Sampel.....	47
4.3.2 Hasil Uji Linearitas	48
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas	49
4.4 Regresi Linear Berganda	50
4.5 Hasil Pegujian Hipotesis	51
4.5.1 Hasil Iji t	51
4.5.2 Hasil Uji F	53
4.6 Pembahasan	54
4.6.1 Pengaruh <i>country of origin</i> terhadap <i>brand image</i>	55
4.6.2 Pengaruh <i>perceived quality</i> terhadap <i>brand image`</i>	55
4.6.3 Pengaruh <i>country of origin</i> dan <i>perceived quality</i> <i>brand image</i>	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
---	-----------

5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	57

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

