

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Landasan Teori | 12 |
| 2.1.1. Informasi Produk..... | 12 |
| 2.1.2. Kualitas Produk | 13 |
| 2.1.2.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk..... | 14 |

| | |
|--|----|
| 2.1.3 Harga | 18 |
| 2.1.3.1. Tujuan Penetapan Harga..... | 18 |
| 2.1.3.2. Metode Penetapan Harga | 20 |
| 2.1.4. <i>Product Involvement</i> | 21 |
| 2.1.5. <i>Electronic Word of Mouth</i> | 23 |
| 2.1.6. <i>Country of Origin</i> | 25 |
| 2.1.7. Niat Beli | 27 |
| 2.2. Hubungan antar Variabel dan Pembentukan Hipotesis | 29 |
| 2.2.1. Informasi Produk dan Niat Beli | 29 |
| 2.2.2. Kualitas Produk dan Niat Beli..... | 31 |
| 2.2.3. Harga dan Niat Beli..... | 31 |
| 2.2.4. <i>Product Involvement</i> dan Niat Beli | 32 |
| 2.2.5. <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Niat Beli | 33 |
| 2.2.6. <i>Country of Origin</i> dan Niat Beli | 34 |
| 2.3. Penelitian Sebelumnya | 35 |
| 2.4. Model analisis | 38 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Jenis Penelitian | 39 |
| 3.2. VariabelPenelitian | 39 |
| 3.3. Definisi OperasionalVariabel | 40 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data | 44 |
| 3.5. Populasi dan Sampel | 44 |
| 3.5.1. Populasi | 44 |
| 3.5.2. Sampel | 44 |
| 3.6. Teknik Pengujian Instrumen | 46 |

| | |
|---|----|
| 3.6.1. Uji Validitas | 46 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas | 47 |
| 3.7. Teknik Analisis Data..... | 47 |
| 3.7.1. Uji Asumsi Klasik | 47 |
| 3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda | 49 |
| BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Karakteristik Responden | 50 |
| 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas | 51 |
| 4.2.1. Uji Validitas | 51 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas | 52 |
| 4.3. Analisis Deskriptif | 53 |
| 4.3.1. Deskripsi Variabel Informasi Produk | 54 |
| 4.3.2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk..... | 55 |
| 4.3.3. Deskripsi Variabel Harga..... | 56 |
| 4.3.4. Deskripsi Variabel <i>Product Involvement</i> | 57 |
| 4.3.5. Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> | 58 |
| 4.3.6. Deskripsi Variabel <i>Country of Origin</i> | 59 |
| 4.3.7. Deskripsi Variabel Niat Beli | 60 |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik | 61 |
| 4.4.1.Uji Normalitas..... | 61 |
| 4.4.2.Uji Multikolinearitas | 62 |
| 4.4.3.Uji Heteroskedastisitas..... | 63 |
| 4.5. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 64 |
| 4.5.1. Uji Simultan (Uji F) | 64 |
| 4.5.2. Uji Parsial (Uji t)..... | 65 |

| | |
|--|----|
| 4.5.3. Koefisien Determinasi (R^2) | 68 |
| 4.6. Pembahasan..... | 68 |
| 4.6.1. Pengaruh Informasi Produk terhadap Niat Beli | 68 |
| 4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Niat Beli | 69 |
| 4.6.3. Pengaruh Harga terhadap Niat Beli..... | 70 |
| 4.6.4. Pengaruh <i>Product Involvement</i> terhadap Niat Beli..... | 71 |
| 4.6.5. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Niat Beli ... | 72 |
| BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Simpulan | 75 |
| 5.2. Saran | 75 |
| 5.2.1. Bagi Pihak Akademisi..... | 75 |
| 5.2.2. Bagi Pihak Pemasar | 77 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian | 77 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN