

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian	13
1.7 Sistematika Penelitian	14
1.8 Simpulan	15
BAB II	16
LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Pendahuluan	16
2.1.1 Niat Pembelian Ulang	16
2.1.2 Country of Origin	18
2.1.3 Persepsi Harga.....	20
2.1.4 Kualitas Produk.....	21
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Perumusan Hipotesis.....	25
2.4 Kerangka Penelitian	31
2.5 Simpulan	31
BAB III.....	33

METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendahuluan	33
3.2 Desain Penelitian.....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1 Jenis Data Penelitian	33
3.3.2 Populasi dan unit sampel.....	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Skala pengukuran variabel	39
3.6 Metode Analisis Data	39
3.6.1 Model Pengukuran – Outer Model.....	40
3.6.2 Model Struktural - <i>Inner Model</i>	42
3.7 Uji Instrumen Pilot Tes	45
3.8 Simpulan	48
BAB IV	49
ANALISIS DATA	49
4.1 Pendahuluan	49
4.2 Hasil Pengumpulan Data.....	49
4.3 Profil Responden.....	50
4.4 Pengujian Outer Model	54
4.4.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran – Outer Model	54
4.4.2 <i>Convergent Validity</i>	54
4.4.3 <i>Discriminant Validity</i>	55
4.4.4 <i>Reliability</i>	57
4.5 Statistik Deskriptif	58
4.6 Pengujian Inner Model (Model structural).....	62
4.6.1 <i>Collinearity Assesment</i>	62

4.6.2	<i>Coefficient of Determination (R² Value)</i>	63
4.6.3	<i>Effect Size f²</i>	64
4.6.4	<i>Predictive Relevance Q²</i>	65
4.7	Koefisien Jalur Model Struktural	66
4.8	Analisis Tambahan	72
4.9	Pembahasan	75
4.10	Simpulan	86
BAB V	88
KESIMPULAN	88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Implikasi Manajerial	90
5.3	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	93
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	101