

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
INTISARI	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Lingkup Penelitian	12
1.7 Sistematika Penelitian	13
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Country of Origin</i>	15
2.1.2 Persepsi Atribut Produk	18
2.1.3 Etnosentrisme.....	20

2.1.4	Tingkat Keterlibatan Produk	23
2.1.5	Niat Pembelian Konsumen.....	25
2.2	Perumusan Hipotesis	26
2.2.1	Pengaruh Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia pada Niat Pembelian Konsumen	26
2.2.2	Pengaruh Persepsi Atribut Produk pada Niat Pembelian Konsumen	29
2.2.3	Pengaruh Moderasi Etnosentrisme pada Niat Pembelian Konsumen	30
2.2.4	Pengaruh Moderasi Tingkat Keterlibatan Produk pada Niat Pembelian Konsumen	32
2.3	Model Penelitian	34
BAB 3 METODE PENELITIAN		36
3.1	Desain Penelitian.....	36
3.2	Lokasi Penelitian	37
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	39
3.5	Definisi Operasional.....	39
3.5.1	Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia	39
3.5.2	Persepsi Atribut Produk	41
3.5.3	Etnosentrisme.....	43
3.5.4	Tingkat Keterlibatan Produk.....	45
3.5.5	Niat Pembelian Konsumen.....	46
3.6	Pengujian Instrumen.....	47
3.6.1	Uji Validitas	47
3.6.2	Uji Reliabilitas	48

3.7	Metode Analisis Data	49
3.8	Gambaran Umum PT. Agro Prima Sejahtera	50
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Hasil Pengumpulan Data	52
4.2	Profil Responden	52
4.3	Hasil Uji Instrumen	54
4.3.1	Hasil Uji Validitas	54
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.4	Statistik Deskriptif	59
4.4.1	Nilai Rerata Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia	62
4.4.2	Nilai Rerata Persepsi Atribut Produk	63
4.4.3	Nilai Rerata Etnosentrisme	64
4.4.4	Nilai Rerata Tingkat Keterlibatan Produk	64
4.4.5	Nilai Rerata Niat Pembelian Konsumen	65
4.5	Pengujian Hipotesis	66
4.5.1	Pengujian Hipotesis 1 dan 2	66
4.5.2	Pengujian Hipotesis 3A	69
4.5.3	Pengujian Hipotesis 3B	71
4.5.4	Pengujian Hipotesis 4A	73
4.5.5	Pengujian Hipotesis 4B	75
4.6	Pembahasan	77
4.6.1	Hasil Uji Pengaruh Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia pada Niat Pembelian Konsumen	79
4.6.2	Hasil Uji Pengaruh Persepsi Atribut Produk pada Niat Pembelian Konsumen	80

4.6.3	Hasil Uji Pengaruh Variabel Pemoderasi Etnosentrisme terhadap Hubungan Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia dan Persepsi Atribut Produk pada Niat Pembelian Konsumen	81
4.6.4	Hasil Uji Pengaruh Variabel Pemoderasi Tingkat Keterlibatan Produk terhadap Hubungan Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia dan Persepsi Atribut Produk pada Niat Pembelian Konsumen.....	83
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Simpulan.....	86
5.1.1	Pengaruh Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia pada Niat Pembelian Konsumen Produk Buah Merek <i>Frui!</i>	87
5.1.2	Pengaruh Persepsi Atribut Produk pada Niat Pembelian Konsumen Produk Buah Merek <i>Frui!</i>	88
5.2	Implikasi.....	88
5.2.1	Implikasi Teoritis	88
5.2.2	Implikasi Manajerial	89
5.3	Keterbatasan Penelitian	93
5.4	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		103
Lampiran 1: Kuesioner		103
Lampiran 2: Uji Validitas		113
Lampiran 3: Uji Reliabilitas		117
Variabel COO		117
Variabel PAP		117
Variabel E		118

Variabel TKP	119
Variabel NPK.....	119
Lampiran 4: Uji Linearitas	121
COO pada NPK	121
PAP pada NPK	122
E pada NPK	123
TKP pada NPK	124
Lampiran 5: Uji Multikolinieritas	125
Lampiran 6: Uji Normalitas (NPar).....	125
Lampiran 7: Uji Heteroskedastisitas (Gletser)	126
Lampiran 8: Uji Korelasi.....	127
Lampiran 9: Analisis Regresi	128
Uji Hipotesis 1 dan 2	128
Uji Hipotesis 3A	129
Uji Hipotesis 3B	130
Uji Hipotesis 4A	131
Uji Hipotesis 4B	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jaringan Ritel Produk <i>Frui!</i>	4
Gambar 1.2 Promosi <i>Country of Origin</i> pada Buah <i>Frui!</i>	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	35
Gambar 4.1 Hasil Perhitungan Analisis Penelitian	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Pengukuran Variabel Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia	41
Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran Variabel Persepsi Atribut Produk	43
Tabel 3.3 Instrumen Pengukuran Variabel Etnosentrisme.....	44
Tabel 3.4 Instrumen Pengukuran Variabel Tingkat Keterlibatan terhadap Produk	46
Tabel 3.5 Instrumen Pengukuran Variabel Niat Pembelian Konsumen	47
Tabel 4.1 Hasil Distribusi Kuesioner	52
Tabel 4.2 Profil Responden.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji KMO MSA dan <i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.6 Kriteria Interval Nilai Rerata Variabel	59
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4.8 Hasil Rerata Persepsi <i>Country of Origin</i> Dalam Negeri.....	62
Tabel 4.9 Hasil Rerata Persepsi Atribut Produk Indonesia.....	63
Tabel 4.10 Hasil Rerata Etnosentrisme.....	64
Tabel 4.11 Hasil Rerata Tingkat Keterlibatan Produk.....	65
Tabel 4.12 Hasil Rerata Niat Pembelian Konsumen.....	65
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia dan Persepsi Atribut Produk Terhadap Niat Pembelian Konsumen.....	66
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Moderasi Etnosentrisme Terhadap Hubungan Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia pada Niat Pembelian Konsumen..	70
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Moderasi Etnosentrisme Terhadap Hubungan Persepsi Atribut Produk pada Niat Pembelian Konsumen.....	71
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Moderasi Tingkat Keterlibatan Produk Terhadap Hubungan Persepsi <i>Country of Origin</i> Produk Indonesia pada Niat Pembelian Konsumen	73

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Moderasi Tingkat Keterlibatan Produk Terhadap Hubungan Persepsi Atribut Produk pada Niat Pembelian Konsumen..	75
Tabel 4.18 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	77