



DAFTAR ISI

	Hal.
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Intisari dan kata kunci.....	xiii
<i>Abstract dan keywords</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Lingkup Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Country-of-Origin</i>	12
2.1.2 <i>Brand Equity</i>	18
2.1.3 <i>Perceived quality</i>	21
2.1.4 <i>Brand awareness</i>	22
2.1.5 <i>Brand loyalty</i>	23
2.1.6 <i>Brand association</i>	25
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	26
2.2.1 <i>Country-of-origin dan industrial brand equity</i>	26
2.2.2 <i>Country-of-origin dan consumer brand equity</i>	31
2.3 Perumusan Hipotesis	33

2.3.1 <i>Country-of-origin</i> berpengaruh positif terhadap <i>Industrial Brand Equity</i>	33
2.3.2 <i>Country-of-origin</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived quality, brand awareness</i> dan <i>brand loyalty</i>	33
2.3.3 <i>Perceived quality, brand awareness</i> dan <i>brand loyalty</i> berpengaruh positif terhadap <i>brand equity</i>	34
2.3 Model Penelitian	35
BAB III METODA PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Metoda Pengumpulan Data	37
3.2.1 Sumber Data.....	39
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.3 Instrumen Penelitian	40
3.3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.3 Metode Analisis Data	43
3.4.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	44
3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Data pada Kuesioner <i>Testing</i>	46
3.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas penelitian.....	49
3.4.4 Menilai <i>Convergent Validity</i>	50
3.4.5 Menilai <i>Discriminant Validity</i>	52
3.4.6 Menguji <i>composite reability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Data	55
4.1.1 Objek Penelitian.....	55
4.1.2 Statistik Deskriptif.....	58
4.2 Uji Akurasi Instrumen	60
4.2.1 Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	60
4.2.2 Pengujian <i>Inner Model</i> atau Model Struktural.....	60
4.3 Pengujian Hipotesis	62
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh positif <i>Country-of-origin</i> terhadap <i>Industrial Brand Equity</i>).....	63
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh positif <i>Country-of-origin</i> terhadap <i>Perceived Quality, Brand Awareness</i> dan <i>Brand Loyalty</i>).....	64
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh positif <i>Perceived Quality, Brand Awareness</i> dan <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Industrial Brand Equity</i>)...	65



4.4 Pembahasan.....	66
BAB V SIMPULAN	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Implikasi.....	72
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	72
5.2.2 Implikasi Praktis.....	74
5.3 Keterbatasan	76
5.4 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proyeksi Penduduk Indonesia per 5 tahun serta kebutuhan air sampai tahun 2040	5
Tabel 3.1 Nilai <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>.....	47
Tabel 3.2 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	48
Tabel 3.3 <i>Composite Reliability dan Average Variance Extracted</i>	49
Tabel 3.4 Nilai <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>.....	51
Tabel 3.5 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	53
Tabel 3.8 <i>Composite Reliability dan Average Variance Extracted</i>	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	57
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.3 <i>R Square</i>	61
Tabel 4.4 <i>Result for Inner Weight</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data konstruksi dalam skala nasional tahun 2012 - 2016.....	6
Gambar 2.1 Dampak COO terhadap perilaku konsumen	17
Gambar 2.2 <i>A Conceptual Framework for Brand Equity</i>	21
Gambar 2.3 Research framework on Does Image of Country-of-origin matter to brand equity	31
Gambar 2.4 <i>A Conceptual Framework for Brand Equity</i>	35
Gambar 2.5 Kerangka Model Penelitian	36
Gambar 4.1 Model Struktural	61



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PENGARUH COUNTRY-OF-ORIGIN TERHADAP
DWI RAHMAYATI, Yulia Arisnani Widyarningsih, M.B.A, Ph. D.
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER.....	82
----------------------------------	-----------