

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL .....	i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT .....	ii
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR YURIDIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
RINGKASAN .....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.2.1 Pernyataan Masalah .....	6
1.2.2 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Khusus .....	7
1.3.2 Tujuan Umum .....	7
1.4 Kontribusi Penelitian .....	7
1.4.1 Kontribusi Teoritis .....	7
1.4.2 Kontribusi Praktis .....	7
1.5 Gambaran Kontekstual Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Afinitas Konsumen .....	11
2.1.2 Negara Asal .....	12
2.1.3 Persepsi Resiko .....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.2 Kajian Empiris .....	19
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian .....	24
2.3.1 Pengaruh Afinitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. .....	24
2.3.2 Pengaruh Efek Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian. .	25
2.3.3 Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
3.1 Bentuk Penelitian .....	28
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	28

3.3 Data Penelitian .....	29
3.4 Populasi dan Sampel .....	30
3.5 Variabel Penelitian .....	31
3.6 Operasional Variabel Penelitian .....	31
3.7 Metode Analisis Data .....	36
3.7.1. Uji Instrumen Penelitian .....	36
3.7.2. Statistik Deskriptif .....	37
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.7.4 Analisa Regresi Berganda .....	38
3.7.5 Uji Hipotesis Penelitian .....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	41
4.1 Hasil Penelitian .....	41
4.1.1 Uji Instrumen Penelitian .....	41
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	42
4.1.3 Uji Asumsi Klasik .....	55
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
4.1.5 Pengujian Hipotesis .....	59
4.2 Pembahasan .....	62
4.2.1 Afinitas Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Membeli .....	63
4.2.2 Efek Negara Asal berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Membeli .....	64
4.2.3 Persepsi Resiko berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Membeli .....	66
BAB V PENUTUP .....	68
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	68
5.2.1 Implikasi Manajerial .....	68
5.2.2 Implikasi untuk Penelitian Selanjutnya .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN .....	76