



**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI MINAT BELI**

**(Studi pada Konsumen Sheet Mask Innisfree di FISIP Universitas
Diponegoro)**

Skripsi

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Strata I Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Diponegoro**

Penyusun

Mey Lani Anjarwati

14020217120014

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2021

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| 1. Nama | : Mey Lani Anjarwati |
| 2. Nomor Induk Mahasiswa | : 14020217120014 |
| 3. Tempat / Tanggal Lahir | : Boyolali, 09 Mei 1999 |
| 4. Jurusan / Program Studi | : S-1 Administrasi Bisnis |
| 5. Fakultas | : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik |

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) yang saya tulis berjudul :

Pengaruh Country of Origin dan Electronic Word of Mouth
terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli
(Studi pada Konsumen Sheet Mask Innisfree di FISIP Universitas
Diponegoro)

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 15 September 2021

Pembuat Pernyataan,



Mey Lani Anjarwati

NIM.14020217120014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Country of Origin* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli
(Studi pada Konsumen Sheet Mask Innisfree di FISIP
Universitas Diponegoro)

Nama Penyusun : Mey Lani Anjarwati

NIM : 14020217120014

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 29 September 2021

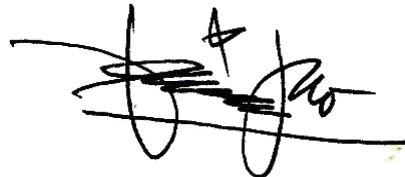
Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.

NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB
2. Dr. Hari Susanta N, M.Si



(.....)



(.....)

Dosen Penguji

1. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M



(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Karena hidup itu *personalized*, maka tidak perlu bandingin dirimu dengan orang lain. *Instead, just focus on your personal growth*. Bandingin dirimu kemarin dan sekarang dan seberapa jauh kamu berkembang. *Be happy for your growth!*.”

Jonathanend

“*When things get herd, stop for a while and look back and see how rewarding it is. You are the most beautiful flower more than anyone else in the world.*”

Taehyung BTS

“*If you never try, you’ll never know what you are capable of.*”

John Barrow

Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan ibu selaku orang tua saya yang sangat saya cintai lebih dari apapun yang senantiasa telah memberikan banyak kasih sayang dan doa tiada henti untuk kebaikan anak bungsu mu ini. Semoga dengan sudah terselesainya skripsi ini menjadi awal bagi saya untuk dapat membuat ibu dan bapak bangga sambil memeluk dan berkata “kamu hebat nduk!”.
2. Kakak laki-laki dan kakak ipar saya, yang selalu memberikan motivasi dan menjadi tempat favorit untuk menuangkan keluh kesah saya serta mendorong untuk terus semangat dalam keadaan apapun.
3. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama masa perkuliahan.
4. Sahabat terbaik SMA semoga menjadi sahabat masa ke masa “Beruk Squad” Adel, Tata, Kiki, Nurul, Dhiyas, Annas, Azkiya yang selalu seiya sekata bersama-sama. Mari berlari dengan gemilang kita rayakan dimasa yang datang.
–The Adams.
5. Sahabat sejak masa kuliah saya “Gendis Endless” Mita, Aurel, Murti, Syifa, Naela, Dilla, Sabrina dan tak lupa Laorry yang senantiasa bahu membahu untuk terus saling support, tidak lupa kerecehan kalian dan teman berbagi keluh kesah selama di dunia perkuliahan.

6. Teman organisasi dan kepanitiaan HIMPS FISIP UNDIP 2018 terkhusus keluarga Lingkungan & Alam yaitu Lek kapit, Mbak tia, Mbak Ulay, Ervin, Novian, Rezty, Dina, Indira yang telah membawa hal-hal baru dalam proses hidupku, terimakasih cerita dan kenangannya.
7. Teman sekaligus menjabat keluarga IMAKEN UNDIP terkhusus divisi SOSMAS yaitu Iik, Sindi, Noor, Febby, Isna, Nisa, Arisma, Erika, Debib, Majiid .Terimakasih kalian tempat melepas penat dan selalu membawa energi positif bagi saya.
8. Tim “Inik Miging” Audy dan Mita terimakasih telah mewarnai dunia per-magangan yang membuat heboh dikantor karena kita “*three musketeers*”
9. Terimakasih atas karya-karya kalian selalu mewarnai hari-hari saya dan telah menjadi pendukung emosional bagi saya ketika merasa lelah dan kesulitan dalam pengerjaan skripsi saya. *See you at fansign in Korea.*
10. Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas semangat, dukungan, dan doanya selama ini.
11. Terimakasih untuk saya, terimakasih untuk tetap percaya pada diri sendiri, mau bekerja keras sampai pada tahap yang semua orang inginkan, terimakasih untuk diriku yang senantiasa tidak pernah berhenti bersyukur atas apa yang dimiliki.

**Pengaruh *Country of Origin* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap
Keputusan Pembelian melalui Minat Beli
(Studi pada Konsumen Sheet Mask Innisfree di FISIP Universitas
Diponegoro)**

ABSTRAKSI

Kemunculan produk kecantikan Korea Selatan di Indonesia berkembang pesat dilihat dari nilai impor yang setiap tahunnya meningkat, Innisfree salah satu produk kecantikan yang sudah memasuki pasar Indonesia dan termasuk kedalam lima besar skincare favorit wanita Indonesia, namun penjualan yang didapat tahun 2017-2020 mengalami penurunan dan terdapat beberapa review negatif pada sheet mask Innisfree yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *country of origin* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Tipe penelitian adalah *explanatory sampling* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan menggunakan *google form*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden pengguna Innisfree di FISIP Universitas Diponegoro. Dalam penelitian menggunakan analisis kuantitatif dengan bantuan aplikasi SPSS untuk melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji analisis regresi sederhana dan berganda, dan uji signifikansi yaitu uji t dan uji F.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *country of origin* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap minat beli, dimana ketika dilakukan secara bersama-sama *country of origin* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap minat beli. Secara parsial *country of origin* menyumbang sebesar 29,7% terhadap minat beli, sedangkan *electronic word of mouth* menyumbang sebesar 21,1% terhadap minat beli, selanjutnya secara simultan *country of origin* dan *electronic word of mouth* menyumbang sebesar 32,5 terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan hendaknya Innisfree dapat meningkatkan kualitas dan manfaat serta terus mengembangkan inovasi berdasarkan riset agar sesuai kebutuhan konsumen, kemudian meningkatkan respon apabila ditemui keluhan atau ulasan negatif agar segera ditangani.

Kata Kunci : *Country of Origin*, *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

***The Effect of Country of Origin and Electronic Word of Mouth on Purchase
Decision through Purchase Intention***

(Study on Innisfree Sheet Mask Consumers at FISIP Universitas Diponegoro)

ABSTARCT

The appearance of Korean beauty products in Indonesia is growing rapidly, seen from the import value which increases every year, Innisfree is one of the beauty products that has entered the top five favorite skincare of Indonesia women, but sales obtained in 2017-2020 have decreases and there are some negative reviews on Innisfree sheet mask that affect consumer purchasing decions.

This study aims to determine the effect of country of origin and electronic word of mouth on purchasing decisions through purchase intention. The type of research id explanatory sampling and sampling using non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data collection using google form. The sample used was 100 respondents using Innisfree at FISIP Diponegoro University. In this study using quantitative analysis with the help of the SPSS application to test validity, reliability test, correlation coefficient test, correlation of determination test, simple and multiple regression analysis test, and significance test, namely t test and F test.

The results of the research that have been carried out show that the country of origin and electronic word of mouth have a positive effect partially and simultaneously on purchase intention, where together, the country of origin has the greatest influence on purchase intention. Partially, country of origin contributed 29,7% to purchase intention, while electronic word of mouth contributed 21,1% of purchase intention, then simultaneously country of origin and eWOM contributed 32,5% to the purchase intention. Based on these results, it is suggested that Innisfree be able to improve quality and benefits and continue to develop innovations based on research to suit consumer needs, the increase response if complaints or negative reviews are encountered so that they are immediately handled.

***Keyword : Country of Origin, Electronic Word of Mouth, Purchase Intention,
Purchase Decision***

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan penuh tanggung jawab sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata I Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi saya yang berjudul : **“Pengaruh *Country of Origin* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Sheet Mask Innisfree di FISIP Universitas Diponegoro)”** yang tidak terlepas adanya kerja sama serta bantuan penuh dari berbagai pihak. Maka dari itu dengan segenap kerendahan hati, untuk kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, yaitu kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penyusunan skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penyusunan skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos. selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penyusunan skripsi.

4. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB. selaku dosen pembimbing 1 yang telah berbaik hati meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Hari Susanta N, M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu dalam masa-masa perkuliahan serta telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberikan saran yang membangun dalam penulisan skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terkhusus untuk dosen Departemen Administrasi Bisnis UNDIP yang telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Seluruh responden yang bersedia mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
9. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut serta membantu dan tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menjadi sebuah perbaikan pada skripsi ini guna tercapainya hasil yang memberikan manfaat secara nyata untuk kemajuan bersama.

Semarang, 15 September 2021



Mey Lani Anjarwati

NIM. 14020217120014

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI	v
<i>ABSTARCT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Kegunaan Penelitian.....	16
1.5. Kerangka Teori.....	16
1.5.1. Perilaku Konsumen	16
1.5.2. Keputusan Pembelian.....	17
1.5.3. Minat Beli.....	19
1.5.4. <i>Country of Origin</i>	21
1.5.5. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	24
1.5.6. Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	26
1.5.7. Penelitian Terdahulu	28
1.6. Hipotesis.....	29
1.7. Definisi Konsep.....	30
1.8. Definisi Operasional.....	31
1.9. Metodologi Penelitian	36
1.9.1. Tipe Penelitian	36
1.9.2. Populasi dan Responden.....	36
1.9.3. Teknik Penetapan Responden.....	38
1.9.4. Jenis dan Sumber Data.....	40
1.9.5. Skala Pengukuran	40
1.9.6. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.9.7. Teknik Pengolahan Data.....	41
1.9.8. Instrumen Peneltian.....	42
1.9.9. Teknik Analisis Data.....	42
BAB II GAMBARAN UMUM INNISFREE DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN	42
2.1 Sejarah dan Perkembangan Innisfree	50
2.2 Logo Innisfree	52
2.3 Visi dan Misi Innisfree.....	53
2.4 Produk Perusahaan	54

2.5 Identitas Responden	58
BAB III PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BEL ----	54
3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	64
3.1.1. Uji Validitas	65
3.1.2. Uji Reliabilitas	69
3.2. Analisis Deskripsi Variabel.....	69
3.2.1. Persepsi Responden terhadap <i>Country of Origin</i>	70
3.2.2. Persepsi Responden terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i>	85
3.2.3. Persepsi Responden terhadap Minat Beli	99
3.2.4. Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	107
3.3. Uji Hipotesis	120
3.3.1. Analisis Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli.....	120
3.3.1.1. Koefisien Korelasi Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Minat beli.....	120
3.3.1.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	121
3.3.1.3. Uji Regresi Linear Sederhana	122
3.3.1.4. Uji Signifikansi	124
3.3.2. Analisis Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	126
3.3.2.1. Koefisien Korelasi Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	126
3.3.2.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	127
3.3.2.3. Uji Regresi Linear Sederhana	128
3.3.2.4. Uji Signifikansi	130
3.3.3. Analisis Pengaruh <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	132
3.3.3.1. Koefisien Korelasi Berganda Pengaruh <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	132
3.3.3.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	133
3.3.3.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	134
3.3.3.4. Uji F	136
3.3.4. Analisis Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	139
3.3.4.1. Koefisien Korelasi Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	139
3.3.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)	140
3.3.4.3. Uji Regresi Linear Sederhanan	141
3.3.4.4. Uji Signifikansi	142
3.4. Analisis Regresi Dua Tahap.....	145
3.4.1. Regresi Tahap Pertama	145
3.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)	146
3.4.3. Uji t.....	148
3.4.4. Regresi Tahap Kedua	151
3.4.5. Koefisien Determinasi (R^2)	152
3.4.6. Uji F.....	153
3.5. Pembahasan.....	155

BAB IV PENUTUP	142
4.1. Kesimpulan	162
4.2. SARAN	163
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN	169

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk Skincare yang selalu dipergunakan oleh perempuan Indonesia	5
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 1. 3 Matriks Konsep	33
Tabel 1. 4 Gambaran Proporsi Minimal Responden	37
Tabel 1. 5 Skor Jawaban Metode Likert	41
Tabel 1. 6 Pedoman dalam menentukan hubungan antar variabel	43
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 2. 2 Usia Responden	59
Tabel 2. 3 Program Studi Responden	60
Tabel 2. 4 Pengeluaran Responden	61
Tabel 2. 5 Intensitas Responden dalam membeli sheet mask Innisfree	62
Tabel 2. 6 E-WOM sebagai referensi sebelum melakukan pembelian	62
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel <i>Country of Origin</i>	65
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth (X2)</i>	66
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Minat Beli	67
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	69
Tabel 3. 6 Persepsi terkait Citra Sheet Mask Innisfree diakui Dunia	71
Tabel 3. 7 Persepsi terkait Keahlian Negara Dicerminkan dari Sheet Mask Innisfree	72
Tabel 3. 8 Persepsi terkait Negara yang Inovatif dicerminkan dari Sheet Mask Innisfree	73
Tabel 3. 9 Persepsi terkait Sheet Mask Innisfree Mampu Bersaing dengan Negara Barat	74
Tabel 3. 10 Persepsi terkait Pengerjaan Sheet Mask Innisfree dengan Teknologi Tinggi dan Modern	75
Tabel 3. 11 Persepsi terkait Sheet Mask Innisfree Dikerjakan Secara Teliti dan Sesuai Standar yang telah ditetapkan	77
Tabel 3. 12 Persepsi terkait Desain Kemasan Sheet Mask Innisfree	78
Tabel 3. 13 Persepsi terkait Sheet Mask Innisfree Memiliki Kualitas Baik	79
Tabel 3. 14 Persepsi terkait Sheet Mask Innisfree Cocok dengan Kulit	80
Tabel 3. 15 Rekapitulasi Hasil Penilaian Responden mengenai Variabel <i>Country of Origin</i>	81
Tabel 3. 16 Kategorisasi Variabel <i>Country of Origin</i>	85
Tabel 3. 17 Persepsi terkait Membaca Ulasan Online Sebelum Membeli	86
Tabel 3. 18 Persepsi terkait Mengumpulkan Ulasan Online	87
Tabel 3. 19 Persepsi terkait Rasa Percaya Diri untuk Membeli	88
Tabel 3. 20 Persepsi terkait Ulasan Positif Membantu Mendapatkan Informasi Mengenai Keunggulan Produk	90
Tabel 3. 21 Persepsi terkait Ulasan Positif Membantu Mendapatkan Informasi Mengenai Pilihan Produk yang Tepat	91
Tabel 3. 22 Persepsi terkait Ulasan Negatif Membantu Mengetahui Ketidakpuasan Konsumen Mengenai Produk	92

Tabel 3. 23 Persepsi terkait Ulasan Negatif Membantu Mengantisipasi Keluhan Konsumen Sebelumnya.....	94
Tabel 3. 24 Rekapitulasi Hasil Penilaian Responden mengenai Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	94
Tabel 3. 25 Kategorisasi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	98
Tabel 3. 26 Persepsi terkait Berminat Membeli Sheet Mask Innisfree dalam Waktu Dekat	99
Tabel 3. 27 Persepsi terkait Berminat Membeli Sheet Mask Innisfree Daripada Merek Lain	101
Tabel 3. 28 Persepsi terkait Berminat Merekomendasikan Kepada Orang Lain .	102
Tabel 3. 29 Persepsi terkait Berminat Mencari Informasi Produk Innisfree Lainnya	103
Tabel 3. 30 Rekapitulasi Hasil Penilaian Responden mengenai Minat Beli.....	103
Tabel 3. 31 Kategorisasi Variabel Minat Beli.....	106
Tabel 3. 32 Persepsi terkait Sheet Mask Innisfree Sesuai Kebutuhan	109
Tabel 3. 33 Persepsi terkait Mengumpulkan Informasi Produk dari Berbagai Sumber	110
Tabel 3. 34 Persepsi terkait Melakukan Evaluasi dari Pilihan Merek Lainnya ...	111
Tabel 3. 35 Persepsi terkait Kemantapan Membeli Sheet Mask Innisfree	112
Tabel 3. 36 Persepsi terkait Keputusan Melakukan Pembelian	113
Tabel 3. 37 Persepsi terkait Rasa Puas Terhadap Sheet Mask Innisfree.....	114
Tabel 3. 38 Persepsi terkait untuk Tertarik Melakukan Pembelian Ulang	115
Tabel 3. 39 Rekapitulasi Hasil Penilaian Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	116
Tabel 3. 40 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	119
Tabel 3.41 Hasil Uji Koefisien Korelasi <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli	120
Tabel 3. 42 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli	121
Tabel 3. 43 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli	122
Tabel 3. 44 Hasil Uji Koefisien Korelasi <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	126
Tabel 3. 45 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	128
Tabel 3. 46 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	129
Tabel 3. 47 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	133
Tabel 3. 48 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	133
Tabel 3. 49 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Pengaruh <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	134
Tabel 3. 50 Hasil Uji F Pengaruh <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	136

Tabel 3. 51 Hasil Koefisien Korelasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	139
Tabel 3. 52 Hasil Uji Koefisien Determinasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	140
Tabel 3. 53 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	141
Tabel 3. 54 Regresi Tahap Pertama <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	145
Tabel 3. 55 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	147
Tabel 3. 56 Regresi Tahap Kedua Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian ...	151
Tabel 3. 57 Hasil Uji Koefisien Determinasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Impor Kosmetik Korea Selatan di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Survei Produk Sheetmask Korea Selatan di Indonesia	7
Gambar 1. 3 Jumlah Penjualan Innisfree dalam juta.....	8
Gambar 1. 4 Ulasan Konsumen Sheetmask Innisfree	12
Gambar 1. 5 Ulasan Konsumen Sheetmask Innisfree	13
Gambar 1. 6 Model Hipotesis Penelitian	29
Gambar 2. 1 Logo Innisfree	53
Gambar 2. 2 Produk Perawatan Kulit	56
Gambar 2. 3 Produk Kosmetik.....	57
Gambar 2. 4 Produk Body & Hair	58
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Variabel <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli	125
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	131
Gambar 3. 3 Kurva Uji F Variabel <i>Country of Origin</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli.....	138
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian...	144
Gambar 3. 5 Kurva Hasil Uji Tahap Pertama (One-Tail)	149
Gambar 3. 6 Kurva Hasil Uji Tahap Pertama (One-Tail)	150
Gambar 3. 7 Kurva Hasil Uji Tahap Kedua (One-Tail).....	154
Gambar 3. 8 Model Regresi Dua Tahap	155

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	169
Lampiran 2. Kuesioner.....	170
Lampiran 3. Identitas Responden.....	176
Lampiran 4. Tabel Induk.....	185
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	165
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	169
Lampiran 7. Hasil Uji Korelasi	170
Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	172
Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Sederhana dan Berganda.....	173
Lampiran 10. Uji F.....	174
Lampiran 11. Tabel r (Signifikansi 5%)	175
Lampiran 12. Tabel t (sig 5%)	177
Lampiran 13. Tabel F (Sig 5%)	179