

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sour Sally	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	13
2.1.1 <i>Brand</i>	13
2.1.2 <i>Fungsi Brand</i>	14
2.1.3 Pentingnya Brand Bagi Konsumen.....	14
2.1.4 <i>Country of Origin</i>	15
2.1.5 <i>Country Of Origin Image</i>	15
2.1.6 Persepsi Konsumen Terhadap <i>Country Of Origin</i>	16
2.1.7 <i>Foreign Branding</i>	17
2.1.8 <i>Perceived Quality</i>	19

2.1.9	Minat Beli.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran.....	37
2.4	Hipotesis Penelitian.....	39
2.5	Ruang Linkup Penelitian.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	40
3.2.1	Variabel Operasional.....	40
3.3	Skala Pengukuran.....	44
3.4	Tahap Penelitian.....	45
3.5	Populasi dan Sampel.....	46
3.5.1	Populasi.....	46
3.5.2	Sampel.....	46
3.6	Pengumpulan Data.....	47
3.6.1	Jenis Data.....	47
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.7.1	Uji Validitas.....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.8	Teknik Analisis Data.....	53
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	53
3.8.2	Method of Successive Interval (MSI).....	55
3.9	Analisis Kuantitatif.....	57
3.9.1	Asumsi Klasik.....	57
3.9.2	Analisis Regresi Sederhana.....	58
3.10	Uji Hipotesis.....	59
3.10.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	59
3.10.2	Koefisien Determinasi.....	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Profil Responden.....	61
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.2 Berdasarkan Usia.....	62
4.2 Analisis Deskriptif.....	63
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Foreign Branding</i>	63
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Quality</i>	68
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	72
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.3.1 Uji Normalitas.....	75
4.4 Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana.....	82
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana (<i>Foreign Branding terhadap Perceived Quality</i>).....	82
4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana (<i>Foreign Branding terhadap Minat Beli</i>).....	83
4.5 Uji Hipotesis.....	84
4.6 Koefisien Determinasi.....	86
4.6.1 Koefisien Determinasi <i>Foreign Branding Terhadap Perceived Quality</i>	86
4.6.2 Koefisien Determinasi <i>Foreign Branding Terhadap Minat Beli</i>	87
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.7.1 <i>Foreign Branding pada Sour Sally</i>	88
4.7.2 <i>Perceived Quality</i> pada Sour Sally.....	89
4.7.3 Minat Beli pada Sour Sally.....	90
4.7.4 Besar Pengaruh <i>Foreign Branding Terhadap Perceived Quality</i> dan Minat Beli Pada Sour Sally.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	94

5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	95
	DAFTAR PUSTAKA.....	96
	LAMPIRAN.....	99