

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>III</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>XVII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Skala Usaha, Perkembangana Usaha, dan Strategi Secara Umum .....	2
1.1.5 Produkdan Layanan .....	4
1.1.6 Pengelola Sumber Daya .....	6
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian .....	18
1.5 Kegunaan Penelitian... ..	19
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	19
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	19
1.6 Sistematika Penulisan .....	19

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	20
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	20
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2.1.3 Pengertian Pemasaran International.....	21
2.1.4 <i>Country Of Origin</i> .....	21
2.1.5 Karakteristik <i>Country Of Origin</i> .....	23
2.1.6 Faktor yang mempengaruhi <i>Country Of Origin</i> .....	23
2.1.7 Dimensi <i>Country Of Origin</i> .....	23
2.1.7 Pengertian Merek .....	24
2.1.8 Fungsi Merek .....	28
2.1.9 Manfaat Merek.....	29
2.1.10 Citra Merek.....	29
2.1.11 Dimensi Citra Merek .....	30
2.1.12 Prilaku Konsumen .....	32
2.1.13 Keputusan Pembelian .....	33
2.1.14 Proses Keputusan Pembelian.....	33
2.1.15 Dimensi Keputusan Pembelian.....	35
2.1.16 Hubungan <i>Country Of Origin</i> Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian .....	36
2.2 Penelitian Terdahulu .....	37
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi .....	41
2.2.2 Ulasan Jurnal Nasional .....	45
2.2.3 Ulasan Jurnal Internasional.....	49
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.4 Hipotesis Penelitian .....	49
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	52
3.2.1 Variabel Operasional .....	52
3.2.2 Skala Pengukuran.....	53
3.2.3 Tahapan Penelitian.....	55

3.3	Populasi dan Sampel.....	56
3.3.1	Populasi.....	56
3.3.2	Sampel.....	56
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.5.1	Uji Validitas.....	58
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	59
3.6	Teknik Analisis Data.....	60
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	60
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.3	<i>Method Of Succesive Interval</i> (MSI) .....	63
3.6.4	Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ).....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>78</b>
4.1	Pengumpulan Data .....	78
4.2	Karakteristik Responden .....	78
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	79
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	80
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	81
4.2.1	Karakteristik berdasarkan Pendapatan Rata-Rata.....	82
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	83
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>121</b>
5.1	<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>121</b>
5.2	<b>SARAN.....</b>	<b>124</b>
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>112</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>113</b>