

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN.....	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK.....	VII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
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
BAB III METODE PENELITIAN	50
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
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		78
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
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		121
5.1	KESIMPULAN	121
5.2	SARAN.....	124
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....		112
LAMPIRAN.....		113