

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	15
2.1.3 Tujuan Merek	17
2.1.4 Foreign Branding	18
2.1.5 Dimensi <i>Foreign Branding</i>	21
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.7 Dimensi Keputusan Pembelian	21
2.1.8 Proses Keputusan Pembelian.	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis Penelitian	38

2.5	Ruang Lingkup 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
3.2.2	Skala Pengukuran.....	42
3.3	Tahap penelitian	43
3.4	Populasi dan Sampel	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.5	Teknik pengumpulan Data	45
3.5.1	Jenis Data	45
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.6.1	Uji Validitas	46
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.7	Teknik Analisis Data	48
3.7.1	Analisis Deskriptif	48
3.7.2	Method of Successive Interval (MSI)	50
3.7.3	Asumsi Klasik	51
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	52
3.8	Uji Hipotesis.....	53
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	53
3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	54
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	55
BAB IV PEMBAHASAN.....		57
4.1	Karakteristik Responden	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan.....	59
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Frekuensi Pembelian Le Minerale.....	60
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kemasan Produk.....	61
4.2	Hasil Analisis Deskriptif	61

4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Foreign Branding</i>	61
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	67
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	77
4.3.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
4.4	Method Succesive Interval (MSI)	78
4.5	Analisis Regresi Berganda	78
4.6	Uji Hipotesis.....	80
4.6.1	Uji T	80
4.6.2	Uji F	81
4.7	Uji Determinasi	82
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran	87
5.2.1	Saran bagi perusahaan.....	87
5.2.2	Saran bagi peneliti selanjutnya.....	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		92