

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK	VI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	1
1.1.1 <i>Profil Perusahaan</i>	1
1.1.2 <i>Produk Perusahaan</i>	3
1.2 LATAR BELAKANG.....	3
1.3 IDENTIFIKASI MASALAH	10
1.4 TUJUAN PENELITIAN	11
1.5 KEGUNAA PENELITIAN.....	11
1.5.1 <i>Kegunaan Teoritis</i>	11
1.5.2 <i>Kegunaan Praktis</i>	11
1.6 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN.....	11
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 RANGKUMAN TEORI	14
2.1.1 <i>Merek</i>	14
2.1.2 <i>Citra Merek</i>	16
2.1.3 <i>Foreign Branding</i>	18
2.1.4 <i>Persepsi Konsumen</i>	20
2.1.5 <i>Pengaruh Foreign Branding Terhadap Citra Merek</i>	21
2.1.6 <i>Pengaruh Foreign Branding Terhadap Persepsi Konsumen</i>	23
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	24
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	33
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN	34
2.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN	35
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 JENIS PENELITIAN	36
3.2 OPERASIONALISASI VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN.....	36
3.2.1 <i>Variabel Penelitian</i>	36

3.2.2	<i>Variabel Operasional</i>	37
3.2.3	<i>Skala Pengukuran</i>	38
3.3	POPULASI DAN SAMPEL.....	39
3.3.1	<i>Populasi</i>	39
3.3.2	<i>Sampel</i>	39
3.3.3	<i>Teknik Sampling</i>	40
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	40
3.5	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	40
3.5.1	<i>Uji Validitas</i>	40
3.5.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	43
3.6	TEKNIK ANALISA DATA	44
3.6.1	<i>Analisis Data Deskriptif</i>	44
3.6.2	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	46
3.6.3	<i>Uji Normalitas</i>	47
3.6.4	<i>Analisis Korelasi</i>	47
3.6.5	<i>Koefisien Determinasi</i>	48
3.6.6	<i>Analisis Regresi Linier Sederhana</i>	48
3.6.7	<i>Uji Hipotesis</i>	49
4.1	PENGUMPULAN DATA	51
4.2	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	51
4.3	SCREENING QUESTION	53
4.4	HASIL PENELITIAN.....	55
BAB V		97
KESIMPULAN DAN SARAN		97
5.1	KESIMPULAN	97
5.2	SARAN.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....		99
DAFTAR LAMPIRAN.....		103