

DAFTAR ISI

	Halaman
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian dan Konsep Pemasaran	8
2.2 Konsep Perilaku Konsumen	9
2.3 Pengertian dan Konsep Persepsi	12
2.3.1 Konsep Persepsi	12
2.3.2 Persepsi Kualitas	14
2.3.3 Proses Pembentukan Persepsi Kualitas	15
2.3.4 Faktor Mempengaruhi Persepsi Kualitas	16
2.3.5 Prinsip Persepsi terhadap Kualitas	17
2.3.6 Produk	17
2.3.7 Dimensi Kualitas Produk	19
2.4 Negara Asal Produk	20
2.4.1 Pengertian Negara Asal Produk	20
2.4.2 Konsep Negara Asal Produk	21
2.4.3 Citra Negara	22
2.5 Konsep Merek	24
2.5.1 Pengertian Merek	24
2.5.2 Pengertian Citra Merek	25
2.5.3 Fungsi dan Peran Citra Merek	26
2.5.4 Indikator Citra Merek	27
2.6 Pengetahuan Produk	27
2.6.1 Pengertian Pengetahuan Produk	27
2.6.2 Pengukuran Pengetahuan Produk	28
2.7 Penelitian Terdahulu	29
2.8 Pengaruh Hubungan Negara Asal Produk, Citra Merek dan Pengetahuan Produk terhadap Persepsi Kualitas	30
2.9 Kerangka Pikir	31
2.10 Hipotesis	33

III.	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Definisi Konseptual	34
3.3	Operasional Variabel	35
3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Sampel	37
3.5	Jenis dan Sumber Data	38
3.5.1	Data Primer	38
3.5.2	Data Sekunder	38
3.6	Teknik Pengumpulan Data	38
3.7	Skala Pengukuran Variabel	39
3.8	Teknik Pengujian Instrumen	39
3.8.1	Uji Validitas	39
3.8.2	Uji Reliabilitas	41
3.9	Uji Asumsi Klasik	43
3.9.1	Uji Normalitas	43
3.9.2	Uji Multikolonieritas	44
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.10	Teknik Analisis Data	45
3.10.1	Regresi Linier Berganda	45
3.11	Uji Hipotesis	46
3.11.1	Koefisien Determinasi R^2	46
3.11.2	Uji Simultan	47
3.11.3	Uji Parsial	49
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1	Sejarah Berdirinya Perusahaan	51
4.1.2	Visi dan Misi	52
4.1.3	Profil Perusahaan	52
4.2	Karakteristik Responden	53
4.2.1	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.2	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	54
4.2.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.3	Gambaran Deskripsi Jawaban Responden	56
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Negara Asal Produk	56
4.3.2	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Citra Merek	58
4.3.3	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pengetahuan Produk	60
4.3.4	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Kualitas	61

4.4	Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik/Inferensial	65
4.4.1	Uji Normalitas	65
4.4.2	Uji Multikolonieritas	66
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	61
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	69
4.6	Uji Hipotesis	71
4.6.1	Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.6.2	Uji F (Uji Simultan)	72
4.6.3	Uji t (Uji Parsial)	73
4.7	Pembahasan	74
4.7.1	Pengaruh Negara Asal Produk Terhadap Persepsi Kualias.	74
4.7.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Persepsi Kualitas	76
4.7.3	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Persepsi Kualitas.	78
4.7.4	Pengaruh Negara Asal Produk, Citra Merek dan Pengetahuan Produk Terhadap Persepsi Kualitas	79

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN