

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iv
RIWAYAT HIDUP .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Identifikasi Masalah</b> .....	18
<b>C. Rumusan Masalah</b> .....	20
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	21
<b>E. Kegunaan Penelitian</b> .....	22
<b>F. Kerangka Pemikiran</b> .....	24
<b>G. Hasil Penelitian Terdahulu</b> .....	38
<b>H. Hipotesis Penelitian</b> .....	42
<b>I. Model Penelitian</b> .....	44
BAB II .....	54
TINJAUAN PUSTAKA .....	54
<b>A. Pengertian Manajemen</b> .....	54
<b>B. Fungsi Manajemen</b> .....	54
<b>C. Pengertian dan Peran Pemasaran</b> .....	56
<b>D. Manajemen Pemasaran dan Fungsinya</b> .....	56
<b>E. Pengertian Perilaku Konsumen</b> .....	59
<b>F. Minat Beli</b> .....	60
<b>G. <i>Country of Origin</i></b> .....	65
<b>H. Citra Merek</b> .....	68
<b>I. Persepsi Kualitas</b> .....	72
BAB III .....	74

METODOLOGI PENELITIAN.....	74
<b>A. Desain Penelitian</b> .....	74
<b>B. Populasi dan Sample</b> .....	75
<b>C. Jenis Data</b> .....	78
<b>D. Definisi Operasional Variabel</b> .....	80
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	81
<b>F. Metode Analisis Data</b> .....	81
<b>G. Jadwal Penelitian</b> .....	87
BAB IV.....	88
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	88
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	88
<b>B. Hasil Penyebaran Kuesioner</b> .....	98
<b>C. Analisis Data</b> .....	111
<b>D. Uji Hipotesis</b> .....	125
<b>E. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	138
BAB V.....	151
KESIMPULAN.....	151
<b>A. Kesimpulan</b> .....	151
<b>B. Saran</b> .....	153
DAFTAR PUSTAKA.....	155
LAMPIRAN.....	159