

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai Pengaruh Merk Berbahasa Asing Terhadap Persepsi Kualitas Pada Produk Kopi Instan Good Day (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana). Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 95 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* sedangkan alat analisis yang digunakan adalah uji regresi linear pada program SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari merek berbahasa asing terhadap persepsi kualitas. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji-t dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Angka Koefesien Determinasi menunjukkan kontribusi variabel x terhadap y adalah sebesar 61,7%. Sisanya yaitu sebesar 38,3% (dari 100% - 61,7%) dipengaruhi oleh sebab-sebab lainnya yang berasal dari luar model regresi.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata kunci : Merk berbahasa asing terhadap persepsi kualitas