



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Nama : Fadian Wibisono
Nim : 44307010017
Judul Skripsi : “Pengaruh Persepsi *Foreign Branding* Terhadap Minat Beli Produk Pasta Gigi Close Up” (Survei Kepada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 2010/2011)
99 hal + 42 tabel + lampiran + riwayat hidup
Bibliografi : 24 Buku (1977-2006)

ABSTRAKSI

Pada era globalisasi seperti saat ini pengaruh bahasa asing terutama bahasa Inggris sebagai bahasa global sulit dihindari. Fenomena ini tampak di mana-mana dan hampir menyentuh seluruh aspek penggunaan bahasa Indonesia, terutama dalam hal penamaan merek suatu produk. Penggunaan merek berbahasa asing (*foreign branding*) diharapkan membawa asosiasi positif yang mempengaruhi bagaimana konsumen bersikap. Pengambilan keputusan pembelian terkait erat dengan persepsi konsumen seperti persepsi terhadap merek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi *foreign branding* terhadap minat beli produk pasta gigi Close Up pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 2010/2011. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R) yang menitikberatkan pada penyebab perilaku yang dapat mengubahnya dan tergantung pada “kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme”.

Sifat penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan metode survey, dari jumlah populasi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 2010/2011 sebanyak 463 orang. Teknik penarikan sampel dengan cara *Simple Random Sampling*, yaitu sebanyak 85 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, analisis korelasi spearman dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi *foreign branding* terhadap minat beli produk pasta gigi Close Up. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji-t dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Koefisien determinan (R^2) dilihat dari R Square sebesar 63,5% dan sisanya 36,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.