

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari pemberian merek berbahasa asing, terhadap persepsi konsumen. Pada produk makanan wafer tango, yang selanjutnya berdampak pada persaingan perindustrian dan perdagangan dunia.

Data yang diperoleh melalui survey, dengan menyebarkan kuesioner kepada 93 mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan dari, merek berbahasa asing, terhadap persepsi konsumen yang selanjutnya berdampak pada persaingan perindustrian, dan perdagangan dunia.

Kata kunci: merek berbahasa asing, persepsi konsumen.