

ABSTRACT

Easily marketing in the era of globalization will result in many products international entering a country and encouraged consumers to buy that product. The government and marketers regardful how attitudes and beliefs about the country of origin and brand they affect the decision making consumers and businesses. PT Samsung Electronics, a leading electronics company from South Korea successfully make Samsung as one of the largest smartphone maker in the world today. Based on this background, the authors conducted a study aimed to examine and analyze whether there is a country of origin and brand effect on purchasing decisions Samsung smartphone products at Maranatha Christian University. From the results of the overall study and the results of the hypothesis suggests that country of origin and brand influence on purchasing decisions Samsung smartphone products at Maranatha Christian University.

Keyword: country of origin, brand, purchasing decisions

ABSTRAK

Mudahnya pemasaran dalam era globalisasi akan mengakibatkan banyak produk internasional yang memasuki suatu negara dan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Pemerintah dan pemasar sangat memperhatikan bagaimana sikap dan kepercayaan mengenai *country of origin* dan merek mereka memengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan bisnis. PT Samsung Electronics sebagai perusahaan elektronik terkemuka asal Korea Selatan sukses menjadikan Samsung sebagai salah satu pembuat *smartphone* terbesar di dunia saat ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengadakan penelitian yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *country of origin* dan merek terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha. Dari hasil penelitian secara keseluruhan dan dari hasil hipotesis menunjukkan bahwa *country of origin* dan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung di Universitas Kristen Maranatha.

Kata-kata kunci: *country of origin*, merek, keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN
HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.1.3 <i>Country of Origin</i>	9
2.1.3.1 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4 Atribut Produk	15
2.1.5 Merek	17
2.1.5.1 Tingkatan Merek	18
2.1.5.2 Karakteristik Merek	21
2.1.5.3 Peranan Merek	21
2.1.5.4 Pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian	23
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Kerangka Teoritis	29
2.3 Model Penelitian	31
2.4 Rerangka Pemikiran	31
2.5 Penelitian Terdahulu	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Jenis Penelitian	35
3.3 Metode Pengambilan Data	36
3.4 Definisi Operasional Variabel	37
3.5 Populasi dan Sampel	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel	41
3.6 Metode Pengumpulan Data	42
3.6.1 Kuesioner	42
3.6.2 Studi Kepustakaan	43
3.7 Uji Pendahuluan	43
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.2 Uji Reliabilitas	44
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.1 Uji Outlier	46
3.8.2 Uji Normalitas.....	46
3.8.3 Uji Multikolinearitas	46
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.9 Metode Analisis Data	47
3.9.1 Regresi	47
3.9.2 Regresi Linear Berganda	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2 Gambaran Distribusi Instrumen	56
4.2.1 Variabel <i>Country of Origin</i>	57
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 1	57
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 2.....	58
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 3.....	59
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 4.....	61
4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 5.....	62
4.2.2 Variabel Merek	63
4.2.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Merek 1	63
4.2.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Merek 2	64
4.2.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Merek 3	65
4.2.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Merek 4	66
4.2.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Merek 5	67
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	69
4.2.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 1	69
4.2.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 2	70

4.2.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 3	72
4.2.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 4	73
4.2.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 5	74
4.3	Uji Instrumen	75
4.3.1	Uji validitas	75
4.3.2	Uji Reliabilitas	77
4.4	Uji Asumsi Klasik	79
4.4.1	Uji Outlier	79
4.4.2	Uji Normalitas	80
4.4.3	Uji Multikolinearitas	82
4.4.4	Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.5	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN dan SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	26
Gambar 2 Rerangka Teoritis	29
Gambar 3 Model Penelitian	31
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	32

DAFTAR TABEL

Tabel I	Data Penjualan Samsung kuartal ke-4 Tahun 2012	4
Tabel II	Definisi <i>Country of Origin</i>	10
Tabel III	Penelitian Terdahulu	33
Tabel IV	Definisi Operasional Variabel	39
Tabel V	Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup	43
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel VII	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	54
Tabel VIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	55
Tabel IX	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel X	Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 1.....	57
Tabel XI	Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 2.....	59
Tabel XII	Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 3.....	60
Tabel XIII	Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 4	61
Tabel XIV	Tanggapan Responden Mengenai <i>Country of Origin</i> 5.....	62
Tabel XV	Tanggapan Responden Mengenai Merek 1	63
Tabel XVI	Tanggapan Responden Mengenai Merek 2	64
Tabel XVII	Tanggapan Responden Mengenai Merek 3	66
Tabel XVIII	Tanggapan Responden Mengenai Merek 4	67
Tabel XIX	Tanggapan Responden Mengenai Merek 5	68
Tabel XX	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 1	69

Tabel XXI	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 2.....	71
Tabel XXII	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 3.....	72
Tabel XXIII	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 4.....	73
Tabel XXIV	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian 5.....	74
Tabel XXV	Uji Validitas	75
Tabel XXVI	Uji Reliabilitas	78
Tabel XXVII	Uji Normalitas	81
Tabel XXVIII	Uji Multikolinearitas	82
Tabel XXIX	Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel XXX	Pengujian Hipotesis	84

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN KUESIONER

LAMPIRAN OUTPUT SPSS