

**PENGARUH MEREK DAN NEGARA ASAL (*COUNTRY OF  
ORIGIN*) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE*  
DI KOTA KUPANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**



**OLEH:**

**APRYANUS FALLO**

**NIM: 321 12 027**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2016**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Kupang, Mei 2016



**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM**

**Dra. Sukamti, MM**

Mengetahui;  
**Ketua Jurusan Manajemen**



**Henry A. Manafe, SE, MM**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh Panitia Ujian Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 30 Mei 2016

Jam : 10.00 – 12.00 Wita

Atas nama : Apryanus Fallo

Dinyatakan : LULUS

### Panitia Ujian Skripsi

Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

Sekretaris : Dra. Sukamti, MM

Penguji I : Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM

Penguji II : Simon Sia Niha, SE, M.Si

Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

### Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Thomas Ola, SE, M.Si



Ketua Jurusan Manajemen

Henny A. Manafe, SE, MM

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### **“MOTO”**

*“Teruslah berlari mengejar mimpimu, hingga suara cemoohan itu berubah menjadi tepuk tangan”*

### **“PERSEMBAHAN”**

*Skripsi ini dipersembahkan untuk:*

- 1. Tuhan Yesus Kristus dengan Kasih-Nya yang selalu menopang segala rencana penulis saat penyelesaian skripsi.*
- 2. Yang Tersayang: Bapak Sebastianus Fallo dan Mama Bergita K. Feka yang telah dengan susah payah membesarkan dan membanting tulang mencari nafkah untuk membiayai pendidikanku.*
- 3. Kepada saudara-saudariku tercinta: Kakak Marselina Fallo, Adik Bernadinus Fallo dan Maria Oktaviani Fallo yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi saya*
- 4. Sahabat-sahabatku tercinta angkatan '12 : Ka Desi Tagi, Vian Lengari, Utok Pery, Eman Rihy, Aris Fudikoa, Ino Langoday, Eka Satrya, Maroda Tagi, Leo Lewuk, Selfie Goetha, Ejo Lip, Jek Taemnanu, Chandara, Roman Anunut, Dellly, Lia Lay, Riki, Rizal, Gita, Yuli, Yana, Febi, Len, Riki Ximenes, Tri, Nola, Maya, Fina, Santi, Amel, Lia Langobelen Miswar, Ata dan Robi Lahana.*
- 5. Teman terdekatku Shefer Sabda Nomleni, Gabriel Joni Anin dan Angelitha Fibriany Kabo yang selalu memberi semangat, motivasi dan dukungan doa.*
- 6. Almamaterku tercinta UNWIRA Kupang.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Merek Dan Negara Asal (*Country Of Origin*) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk *Handphone* Di Kota Kupang** “ diajukan guna memenuhi syarat lulus pendidikan Strata 1 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Pemasaran Universitas Katolik Widya Mandira.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Pater Yulius Yasinto SVD, MA, MSc selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Bapak Dr. Thomas Ola, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Henny A. Manafe, SE, MM selaku Ketua Prodi Manajemen
4. Bapak Drs. Ec Gaundensius Djuang, MM selaku Pembimbing I.
5. Ibu Dra. Sukanti, MM selaku Pembimbing II.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi.
7. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan seluruh Civitas Akademik.
8. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2012.
9. Orang tua yang selalu memberi dukungan doa, spiritual dan materi.
10. Semua pihak yang membantu penelitian sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang penulis miliki, maka hasil penelitian skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini sangat penulis harapkan.

Kupang      Mei 2016

Penulis

## ABSTRAK

**APRYANUS FALLO No. Reg. 321 12 027 dengan judul skripsi PENGARUH MEREK DAN NEGARA ASAL (*COUNTRY OF ORIGIN*) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* DI KOTA KUPANG**, dibawah bimbingan Drs. Ec Gaudensius Djuang, MM sebagai pembimbing I dan Dra. Sukamti, MM sebagai pembimbing II.

Semakin meningkatnya penggunaan *handphone* di Indonesia, meningkatkan persaingan antar perusahaan untuk mengembangkan produknya. Banyak merek *handphone* yang beredar di Indonesia, selain menjadikan konsumen lebih selektif, konsumen juga dapat bingung, karena setiap merek berasal dari negara yang berbeda-beda. Masalah dalam penelitian ini adalah 1) bagaimana gambaran merek dan negara asal (*Country Of Origin*) dan keputusan konsumen dalam pembelian produk *handphone* di Kota Kupang? 2) apakah merek dan negara asal (*Country Of Origin*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *handphone* di Kota Kupang? 3) apakah merek dan negara asal (*Country Of Origin*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *handphone* di Kota Kupang?

Penelitian dilakukan di Kota Kupang. Jumlah sampel yang telah diambil dalam penelitian ini sebanyak 150 responden, dengan menggunakan teknik *aksidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan alat statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS *statistic version 16*.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan kategori persepsi variabel merek 78,96%, dalam kategori baik, variabel negara asal (*Country Of Origin*) 76,35% dalam kategori baik dan variabel keputusan konsumen 74,35% dalam kategori baik. Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 0,316X_1 + 0,190X_2 + e$  hasil uji t menunjukkan variabel merek dan negara asal (*Country Of Origin*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Hasil uji F menunjukkan variabel merek dan negara asal (*Country Of Origin*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Hasil koefisien determinasi adalah 0,154 atau 15,40%, variabel keputusan konsumen merupakan kontribusi dari variabel merek dan variabel negara asal (*Country Of Origin*), sedangkan sisanya 84,60 dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hendaknya perusahaan produk *handphone* meluncurkan produk yang canggih dengan fitur yang lengkap dan mudah dipahami oleh konsumen.

Kata kunci :merek, negara asal (*country of origin*), keputusan konsumen.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan masalah .....	10
C. Tujuan penelitian .....	10
D. Manfaat penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep pemasaran .....	12
1. Pengertian pemasaran .....	12
2. Bauran pemasaran .....	14
B. Konsep merek.....	15
1. Pengertian merek .....	15
2. Indikator merek .....	18
3. Manfaat merek .....	20
4. Fungsi merek .....	21
5. Tingkatan merek .....	22
6. Kesadaran merek .....	23



7. Asosiasi merek .....	25
C. Konsep negara asal ( <i>country of origin</i> ) .....	28
1. Pengertian negara asal ( <i>country of origin</i> ) .....	28
2. Indikator negara asal ( <i>country of origin</i> ) .....	29
3. Pengaruh ( <i>country of origin</i> ) terhadap konsumen .....	30
D. Konsep keputusan konsumen .....	30
1. Pengertian keputusan konsumen .....	30
2. Indikator keputusan pembelian .....	34
3. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	34
E. Penelitian terdahulu .....	35
F. Kerangka berpikir .....	37
G. Hipotesis .....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan tempat penelitian .....	40
B. Populasi dan sampel .....	40
C. Jenis data .....	41
D. Teknik pengumpulan data .....	42
E. Variabel penelitian .....	42
F. Uji validitas dan reliabilitas .....	44
G. Analisis data .....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Karakteristik responden .....	56
1. Karakteristik responden beerdasarkan jenis kelamin .....	56

2.	Karakteristik responden berdasarkan usia .....	57
3.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	58
4.	Karakteristik responden berdasarkan merek <i>handphone</i> ...	58
B.	Hasil uji coba instrumen penelitian .....	59
1.	Uji validitas .....	59
a.	Uji validitas variabel merek .....	60
b.	Uji validitas negara asal ( <i>Country Of Origin</i> ) .....	61
c.	Uji validitas keputusan konsumen .....	61
2.	Uji reliabilitas .....	62
C.	Analisis data .....	62
1.	Analisis deskriptif .....	62
2.	Analisis statistik inferensial .....	66
a.	Uji asumsi klasik .....	66
b.	Analisis regresi linear berganda .....	68
c.	Pengujian hipotesis statistik .....	70
D.	Pembahasan .....	73

## **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan .....	76
B.	Saran .....	77

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Masyarakat Kota Kupang Menurut Kecamatan .....	3
Tabel 1.2 Daftar Pembuatan Handphone Menurut Negara Asal .....	6
Tabel 1.3 <i>Top Brand Index</i> Kategori Teknologi Informasi .....	9
Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator .....	45
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Merek <i>Handphone</i> .....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Merek .....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Negara Asal .....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen .....	62
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel Merek .....	64
Tabel 4.10 Jawaban Responden Variabel Negara Asal .....	65
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel Keputusan Konsumen .....	66
Tabel 4.12 Analisa Regresi Linear Berganda .....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial t .....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan F .....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek .....	24
Gambar 2.2 Nilai Asosiasi Merek .....	26
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	38
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	67
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas .....	68