



**PENGARUH MEREK, NEGARA ASAL (*COUNTRY OF ORIGIN*) DAN
REPUTASI MEREK TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM MEMILIH
PRODUK KOSMETIK KOREA INNISFREE**

(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI ONLINE SHOP NOONASROOM)

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan Memperoleh Gelar Sarjanamanajemen**

Oleh:

VINDIANA TRIA ALISKA

NIM. 14.104.11311

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vindiana Tria Aliska
NIM : 1410411311
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH MEREK, NEGARA ASAL (COUNTRY OF ORIGIN) DAN REPUTASI MEREK TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK KOSMETIK KOREA INNISFREE (Studi Kasus Pada Konsumen di Online Shop Noonasroom)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya, sesuai sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Januari 2020

Yang menyatakan,



Vindianana Tria Aliska
NIM. 14.1041.1311

SKRIPSI

**PENGARUH MEREK, NEGARA ASAL (COUNTRY OF ORIGIN) DAN
REPUTASI MEREK TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM MEMILIH
PRODUK KOSMETIK KOREA INNISFREE**

(Studi Kasus Pada Konsumen Di Online Shop Noonasroom)

Oleh:

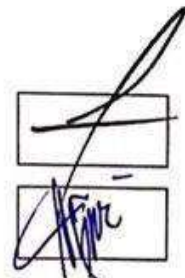
Vindiana Tria Aliska

NIM: 14.1041.1311

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Abadi Sanrosa. SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah SE, MM




PENGESAHAN

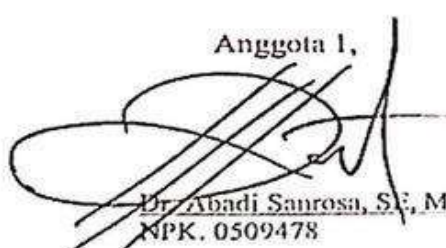
Skripsi berjudul: *Pengaruh merek, negara asal (country of origin) dan reputasi merek terhadap sikap konsumen dalam memilih produk kosmetik korea innisfree (studi kasus pada konsumen di online shop noonasroom)* telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Januari 2020
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Dr. Poni Herlambang, SE, MM
NPK. 0701026904

Anggota 1,


Dr. Abadi Sanrosa, SE, MM
NPK. 0509478

Anggota 2,

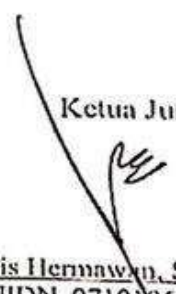

Nursaidah SE, MM
NPK. 1509637

Mengesahkan:



Dr. Arik Susbiyani, S.E. M.Si
NPK. 01 09 289

Ketua Jurusan


Haris Hermawan, SE, MM
NIDN. 0710106801

MOTTO

”Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur”.

(QS Yusuf : 87)

”Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman” .

(QS Al Imran : 139)



PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dibuat dan terselesaikan. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
2. Kedua orang tua saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua.
3. Bapak dan Ibu Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya.
4. Keluarga besar saya, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah memberikan kobaran semangat yang menggebu, terimakasih ku untuk kalian.
5. Sahabat dan teman tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, Aamiinn.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dimensi merek, negara asal, dan reputasi merek terhadap sikap konsumen. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen wanita yang menggunakan merek kosmetik Korea Innisfree. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara (purposive sampling) dengan kriteria khusus bagi yang pernah membeli dan menggunakan merek kosmetik Korea Innisfree. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 50 orang responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program IBM SPSS statistics version 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh paling kuat diantara tiga dimensi variabel (merek, negara asal, reputasi merek) dalam sikap konsumen yaitu variabel reputasi merek. Dari hasil analisis regresi linier berganda, merek berpengaruh positif terhadap sikap konsumen, negara asal berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen, dan reputasi merek berpengaruh positif terhadap sikap konsumen

Kata kunci : merek, negara asal, reputasi merek.

ABSTRACT

This research was conducted to examine the effect of brand dimensions, country of origin, and brand reputation on consumer attitudes. The population in this study is female consumers who use the Korea cosmetic brand Innisfree. The sampling technique was carried out (purposive sampling) with special criteria for those who had bought and used the Korean cosmetic brand Innisfree. Data collection in this study was carried out by distributing questionnaires to 50 respondents. This study uses multiple linear regression analysis using the IBM SPSS statistics version 16 program. The results show that the most powerful influence among the three dimensions of variables (brand, country of origin, brand reputation) in consumer attitudes is brand reputation variable. From the results of multiple linear regression analysis, the brand has a positive effect on consumer attitudes, the country of origin has a negative effect on consumer attitudes, and brand reputation has a positive effect on consumer attitudes.

Keywords: *brand, home country, brand reputation.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh merek, negara asal (country of origin) dan reputasi merek terhadap sikap konsumen dalam memilih produk kosmetik korea innisfree(studi kasus pada konsumen di online shop noonasroom)”. Peneliti merasa bahwa dalam menyusun skripsi ini, peneliti banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Hanafi M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Haris Hermawan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
4. Bapak Dr. Abadi Sanrosa, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nursaidah SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran bantuandanpengarahanhingatersusunnyaskripsiini.
5. Dr. Toni Herlambang. SE, MM selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Staff Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

8. Kedua Orang tua saya ibu Sunarlis dan bapak Sukarso, kakak saya Farahdita Ria Aliska, Rizky Ria Aliska dan adik saya Adillah Cahaya Romadhona beserta keluarga besar yang telah memberikan do'a dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
9. Sahabat dan teman tersayang yang telah memberikan semangat dan dukungan. Grup KoncoBayek, Grup Muslimah, Grup TunTisWinVin, Grup Micin, teman-teman TSM Jember, dan teman-teman FE Manajemen yang telah berusaha untuk menempuh Sarjana bersama dan yang lain-lain.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkam satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Januari 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Strategi Pemasaran	12
2.1.3.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.3.2 Pengertian Strategi Pemasaran	12

2.1.3.3 Manfaat Strategi Pemasaran	14
2.1.4 Perilaku Konsumen	14
2.1.4.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	14
2.1.4.2 Model perilaku Konsumen	15
2.1.5 Merek	15
2.1.5.1 Pengertian Merek.....	15
2.1.5.2 Indikator Merek	16
2.1.5.3 Kriteria Merek	16
2.1.5.4 Manfaat Merek	17
2.1.6 Negara Asal	17
2.1.6.1 Pengertian Negara Asal	17
2.1.6.2 Indikator Negara Asal.....	19
2.1.7 Reputasi Merek	19
2.1.7.1 Definisi reputasi Merek	19
2.1.7.2 Membangun reputasi Merek	21
2.1.8 Sikap Konsumen.....	21
2.1.8.1 Pengertian Sikap Konsumen.....	21
2.1.8.2 Komponen Sikap	22
2.1.8.3 Indikator Sikap Konsumen	23
2.1.8.4 Fungsi-Fungsi Sikap	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis	29
2.4.1 Pengaruh Merek Terhadap Sikap Konsumen.....	29
2.4.2 Pengaruh Negara Asal Terhadap Sikap Konsumen	30
2.4.3 Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Sikap Konsumen.....	30

BAB III. METODE PENELITIAN	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	32
3.1.1 Variabel Penelitian	32
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.2.1 Skala Pengukuran Variabel	35
3.3 Rancangan Penelitian.....	36
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	36
3.4.1 Jenis Data	36
3.4.2 Sumber Data.....	37
3.5 Populasi Dan Sampel	37
3.5.1 Populasi	37
3.5.2 Sampel.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Skala Pengukuran.....	39
3.8 Metode Analisis	39
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.8.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.8.2.1 Uji Validitas.....	40
3.8.2.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.9.1 Uji Multikolinearitas	41
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas	41
3.9.3 Uji Normalitas	41
3.9.4 Uji Hipotesis.....	42
3.9.4.1 Uji t.....	42
3.9.4.2 Uji F.....	42
3.9.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.1.2 Sejarah Brand	45
4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan	46
4.1.3.1 Visi	46
4.1.3.2 Misi.....	46
4.1.4 Struktur Organisasi.....	47
4.2 Karakteristik Responden	48
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	48
4.3 Analisis Data	49
4.3.1 Analisis Deskriptif Pertanyaan Responden	49
4.3.2 Uji Instrumen Data	56
4.3.2.1 Uji Validitas.....	56
4.3.2.2 Uji Reliabilitas Data	57
4.3.2.3 Uji Normalitas	58
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	60
4.3.4.1 Uji Multikolonieritas	60
4.3.4.2 Uji Heteroskedastisitas	61
4.3.5 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	62
4.3.5.1 Uji t.....	62
4.3.5.2 Uji F.....	63
4.3.5.3 Uji Determinasi (R^2).....	64
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Pengaruh Secara Parsial	64
4.4.2 Pengaruh Secara Simultan.....	65

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
5.2.1 Bagi Perusahaan Kosmetik innisfree.....	68
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnyan	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

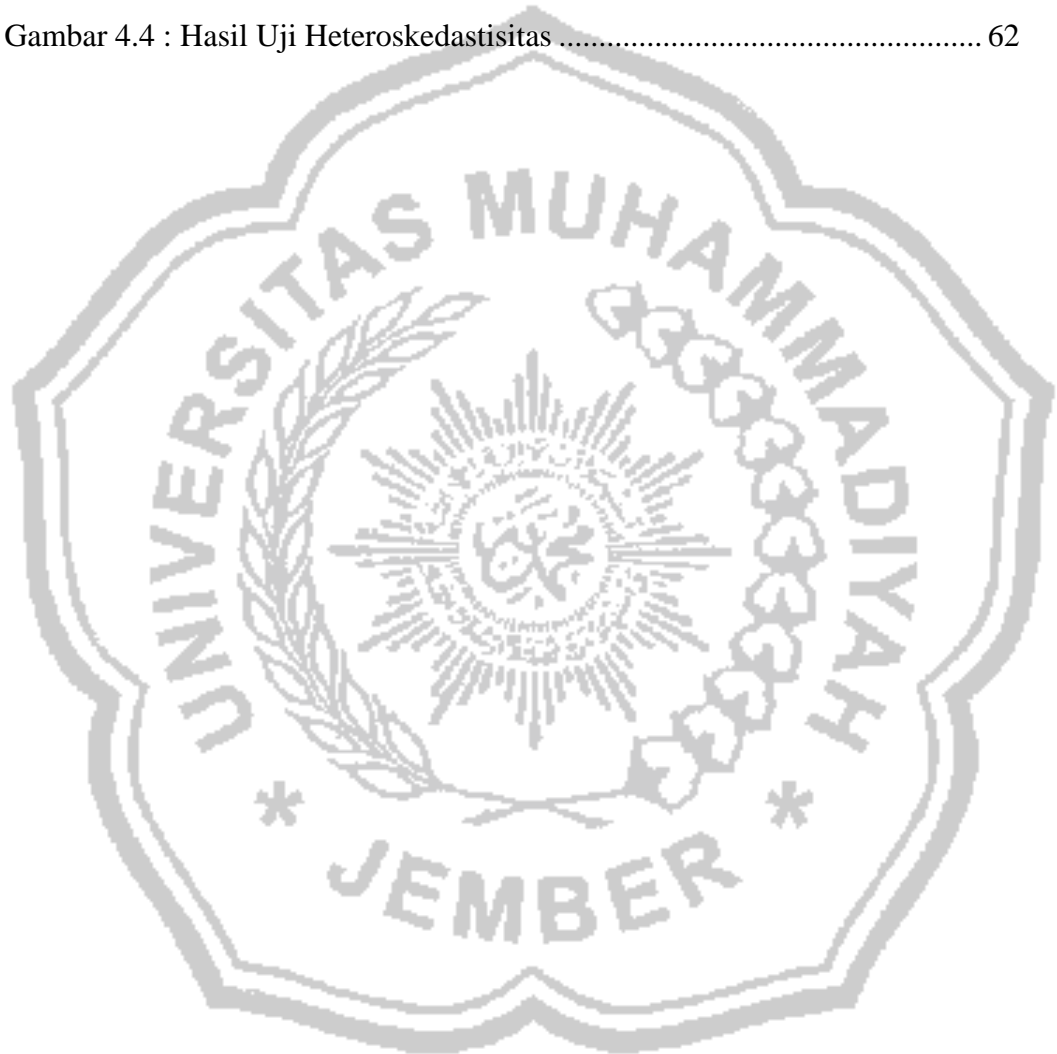


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Penjualan Produk Innisfree di Indonesia.....	5
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 : Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 : Instrumen Skala Likert untuk Variabel X dan Y	35
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Merek	49
Tabel 4.4: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Negara Asal.....	51
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Reputasi Merek	53
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Sikap Konsumen	55
Tabel 4.7: Hasil Uji Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.9 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.10: Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.11: Hasil Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 : Sejarah Brand Innisfree	46
Gambar 4.2 : Struktur Oerganisasi	47
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas	58
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	62



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2	: Rekapitulasi Kuesioner
LAMPIRAN 3	: Hasil Perhitungan Frekuensi
LAMPIRAN 4	: Uji Validitas
LAMPIRAN 5	: Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 6	: Uji Normalitas, Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis
LAMPIRAN 7	: Tabel r
LAMPIRAN 8	: Tabel t
LAMPIRAN 9	: Tabel f
LAMPIRAN 10	: Dokumentasi

