



**PENGARUH CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUSEN
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE VIVO***

*(Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata Satu Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember)*

SKRIPSI

Oleh:

**Candra Dwi Putra
NIM. 1410411315**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarini, Okta, Nurillah, Nurul, Qomariah, Anwar. Analisis pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Beli Pada Produk Smartphone Merek Samsung di Rudy Cell Komplek Mutiara Jember. *Jurnal Penelitian Iptek* 2016
- AG. Suyono, Srisukmawati, Pramono. 2012 *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Maupun Dan Jasa*. Intidayu Press. Jakarta
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Apsari, Gita, Chintia, Nurcahya, Ketut. 2016. Pengaruh Country Of Origin Terhadap Loyalitas Produk Handphone merek Samsung Dimediasi Oleh Persepsi Harga Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No. 2, 2016
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta Penerbit Rajagrafindo
- Bilson, Simanora. 2008. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta. Gramedia Utama
- Basu Swasta, Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa Dan Perilaku Konsumen*. BPPFE. Yogyakarta
- Czinkota, Michael, Ronkainen. *International Marketing 10th Edition*. Harcourt College Publishers.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivoriante Dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang. UNDIP
- Hananto, Kitto. 2015. Pengaruh Brand Image Dan Country Of Origin Image Terhadap Minat Beli Iphone. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 2, No 2: 13-22
- Hair, Joseph F., Wiliam, Barry. 2010. *Multivariate Data Analysis a Global Perspective. 7th Edition*. Pearson
- Herdiana, Tri, Alamsyah, P. Doni. 2017. Country of Origin dan Citra Merek: Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol 1, (1), 2017, 31-40
- Kadek, Pratita, Yanthi, I, Made. Jatra. 2015. Pengaruh *Country Of Origin, Brand Image, Dan Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, No. 4, No. 11.

- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Keduabelas. Jakarta. PT. Indeks Gramedia
- Kotler, Phillip, Gary, Amstrong. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, Phillip, Gary, Amstrong. 2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Jakarta. Erlangga
- Maslaha, Eka. 2016. Analisis Citra Merek, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. Skripsi Universitas Muhamadiyah Jember
- Nurul, Anisa. 2017. Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung. JOM FISIP Vol. 4 No. 2
- Oliver, Sandra. 2006. Strategi Public Relations. Jakarta: Erlangga.
- Prayitno, D. 2010. Paham Analisa Dan Statistic Dengan SPSS. Yogyakarta: MediaKom
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Setianingsih, Wahyuni 2016. Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Oppo Smartphone. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Siswanto, Sutojo. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung Alfabeta
- Schiffman & Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta. PT. Indeks Gramedia
- Simamora, Bilson. 2008. Manajemen Pemasaran Internasional. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Sugiyono. 2008 Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Andi: Yogyakarta

Tri, Herdiana, Doni, Purnama. 2017. Country of Origin dan Citra Merek : Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, Vol 1, (1) 2017, 31-40

Umar, H. 2011. Strategic Managementin Action. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

<http://marketeers.com> diakses pada 09 November 2017 dan 20 April 2018

<http://tekno.kompas.com> diakses 05 november 2017 jam 19.35 WIB.

<http://Databoks.katadata.co.id> diakses 05 november 2017 jam 18.30 WIB.





Lampiran 1
Pengantar Kuisisioner

Lampiran 2
Rekapitulasi Kuisisioner





Lampiran 3
Frekuensi Pernyataan Responden



Lampiran 4
Uji Validitas



Lampiran 5
Uji Reliabilitas



Lampiran 6
Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear
Berganda, dan Uji Determinasi

Lampiran 7
Abstrak Penelitian Terdahulu



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Candra Dwi Putra
Nim : 1410411315
Prodi : Menejemen/S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah ini berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUSEN TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyan Jember) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keesahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

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

Jember,
Yang menyatakan,

Candra Dwi Putra
Nim:14.1041.1315

PERSETUJUAN SKRIPSI



PENGARUH CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUSEN
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE VIVO*

*(Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata Satu Fakultas Ekonomi
Universitas Muhamadiyah Jember)*

Oleh:

Candra Dwi Putra
NIM. 1410411315

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. NurulQomariah, M.M

Dosen Pembimbing kedua : Yohanes Gunawan, SE, M.M

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Citra Merek Dan Negara Asal Produsen Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 2 Mei 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji

Drs. Anwar., MSC

NPK: 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Nurul Qomariah, MM

NPK: 0603426

Yohanes Gunawan, SE, MM

NPK: 1984060411703794

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani SE, M.Si

NPK:0109289

Drs. Anwar, M.Sc

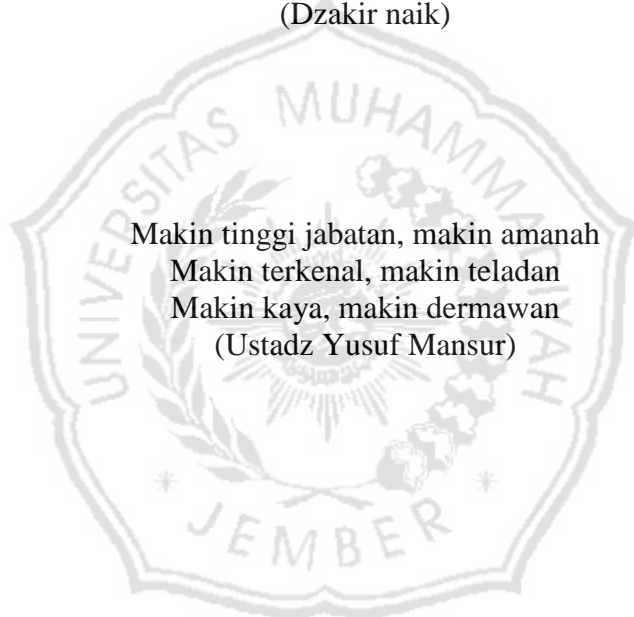
NPK:8503125

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.
(Terjemahan Q.S Asy-Syarh: 5-6)

Ilmu pengetahuan tanpa agama, pincan..
Agama tanpa pengetahuan, buta..
(Dzakir naik)

Makin tinggi jabatan, makin amanah
Makin terkenal, makin teladan
Makin kaya, makin dermawan
(Ustadz Yusuf Mansur)



PERSEMBAHAN

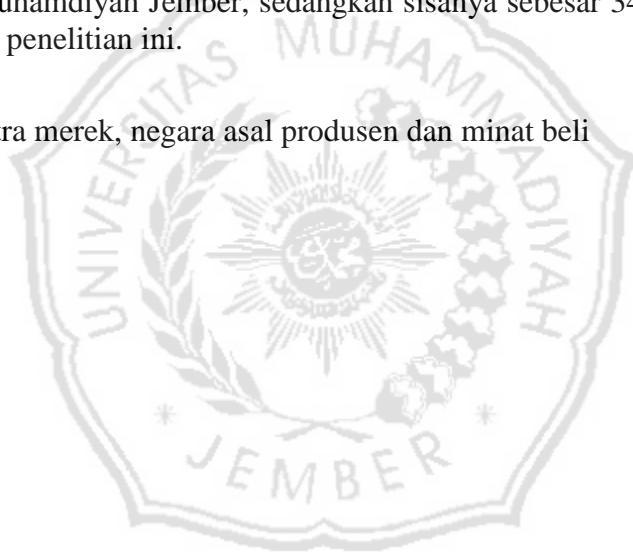
Berkat rahmad dan hidayah dari Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua bapak sama ibu dan kakak yang selalu suport aku dalam memberikan semangat, doa dan kasih sayang.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan.
3. Kedua dosen pembimbing Ibu Drs. Nurul Qomariah, MM selaku dosen pembimbing utama dan bapak Yohanes Gunawan, SE, MM selaku dosen pembimbing kedua yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terima kasih.
4. Sahabat terbaikku Windra, Deni, Ongky, Bagus, Lutfi, Binti Ulvatus, Saydatina, Hikmah Nurfikoh dan Yeyen Kamalia terima kasih buat kerja samanya selama 4 tahun ini.
5. Seluruh teman-temanku prodi menejemen angkatan 2014 khususnya teman-temanku kelas G Menejemen angkatan 2014 yang selalu memberikan motivasi.
6. Almamater yang selalu aku banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh citra merek dan negara asal produsen terhadap minat beli smartphone Vivo studi kasus pada mahasiswa strata satu Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Strata Satu Fakultas ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember angkatan 2015-2016, Sampel yang diambil adalah 40 responden dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan program SPSS 21. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (X1) dan negara asal produsen (X2), berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dari pengelolaan data taraf signifikansinya (parsial) di peroleh citra merek (0,000) dan negara asal produsen (0,024), semua variabel berpengaruh terhadap minat beli. Koefisien determinasinya mendapat sumbangan 66 % terhadap minat beli smartphone vivo pada mahasiswa strata satu fakultas ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember, sedangkan sisanya sebesar 34 % di pengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

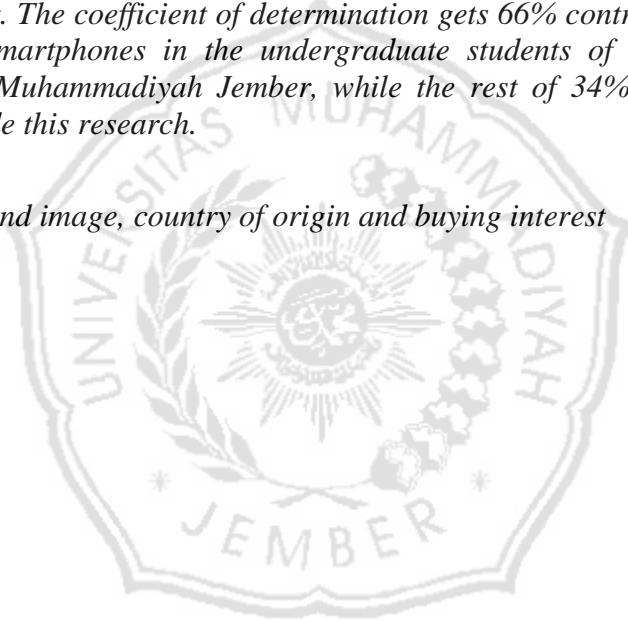
Kata kunci: citra merek, negara asal produsen dan minat beli



ABSTRACT

The aimed of this research is to analyze the influence of brand image and country of origin of the producer to the buying interest of Vivo smartphone case study on the undergraduate students of Economics Faculty of University of Muhammadiyah Jember. Quantitative descriptive research type with explanatory research design. Population in this research is Student Strata One Faculty of Economics Muhamadiyah Jember University force 2015-2016, Samples taken is 40 respondents with purposive sampling technique. Analytical method used is multiple linear regression with SPSS 21 program. The result of regression analysis in this research shows that brand image variable (X1) and country of origin (X2), positively influence to purchasing decision (Y). From the management of data of significance level (partial) in obtaining brand image (0.000) and country of origin of producer (0,024), all variables influence in buying interest. The coefficient of determination gets 66% contribution to the interest of buy vivo smartphones in the undergraduate students of economics faculty of University of Muhammadiyah Jember, while the rest of 34% is influenced by the variable outside this research.

Keywords: brand image, country of origin and buying interest



KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan atas kehadiran Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayahnya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini dengan baik.

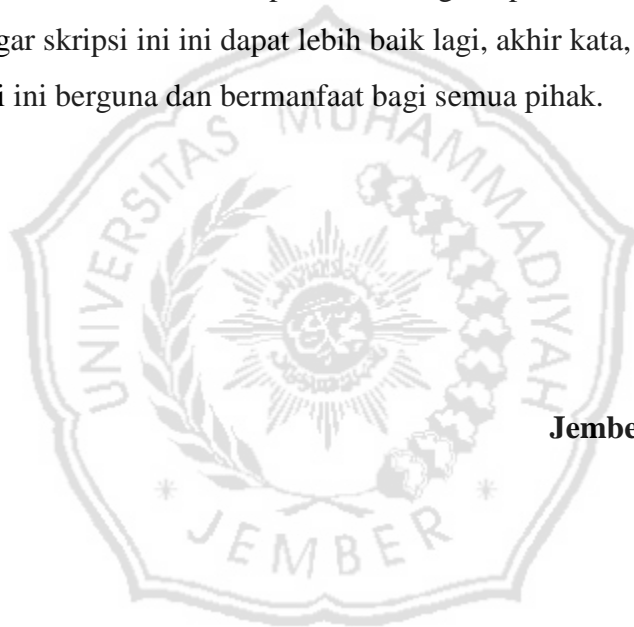
Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis mampu mendapatkan hidayah dari Allah SWT dengan adanya imam dan islam.

Penulis sangat menyadari akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan untuk itulah, penulis dengan senang hati menerima kritikan serta saran yang berguna bagi perbaikan skripsi ini selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

- a) Dr. Arik Subiyanti, SE., Msi selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian ini di fakultas ekonomi Universitas Muhamadiyah Jember
- b) Drs. Nurul Qomariyah, MM, Selaku dosen pembimbing utama dan Yohanes Gunawan, SE, MM, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- c) Drs. Anwar., MSC, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- d) Seluruh responden dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner, sehingga dapat terselesainya skripsi ini.
- e) Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang menghaturkan doa, integritas, dukungan, dan perhatian yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, hanya ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- f) Semua saudara-saudaraku dan segenap keluarga lainnya, yang telah senantiasa tulus dan ikhlas membantu dan memberikan motivasi serta biaya demi kesuksesan studi penelitian ini.

- g) Teman-teman seperjuangan prodi menejemen angkatan 2014, squad 37 KKN Desa Gelung dan seluruh sahabat-sahabatku terima kasih atas bantuan, dukungan semangat dan kerja samanya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- h) Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua 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 ini dapat lebih baik lagi, akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.



Jember,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Strategi Pemasaran dan Manfaatnya	8
2.1.4 Perilaku Konsumen	9
2.1.5 Citra Merek.....	11
2.1.6 Negara Asal Produsen(<i>Country Of Origin</i>).....	12
2.1.7 Minat Beli.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15

2.3 Kerangka Konseptual	17
2.4 Hipotesis Penelitian	18
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Identifikasi Variabel	20
3.2 Definisi Operasional Variabel	20
3.2.1 Variabel Independen.....	20
3.2.2 Variabel Dependen	21
3.3 Desain Penelitian	21
3.4 Jenis Data.....	22
3.4.1 Data Primer.....	22
3.4.2 Data Sekunder	22
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.5.1 Populasi	23
3.5.2 Sampel	22
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.7 Metode Pengumpulan Data	23
3.8 Teknik Analisis Data	24
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	24
3.8.2 Uji Instrumen Data	25
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	26
3.8.5 Uji Hipotesis.....	27
3.8.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Deskriptif Penelitian	29
4.1.1 Karakteristik Responden	29
4.2 Analisis Data	30
4.2.1 Deskriptif Variabel Pernyataan Responden	30
4.2.1.1 Citra Merek	31
4.2.1.2 <i>Country Of Origin</i> (Negara Asal Produsen)	33

4.2.1.3 Minat Beli	35
4.3 Hasil Analisis Data	37
4.3.1 Pengujian Validitas Data	37
4.3.2 Pengujian Reliabilitas	38
4.4 Pengujian Asumsi Klasik	39
4.4.1 Pengujian Multikolinearitas	39
4.4.2 Pengujian Heteroskedastisitas	39
4.4.3 Pengujian Normalitas	40
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.6 Uji F.....	42
4.7 Uji Hipotesis	43
4.7.1 Uji T	43
4.7.2 Analisis Koefisien Determinasi	43
4.8 Pembahasan	44
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Market Salle</i> Penjualan <i>Smartphone</i> Di Indonesia	2
Tabel 1.2 Rentan Usia Pengguna <i>Smartphone</i>	4
Tabel 1.3 Minat Beli <i>Smartphone</i> Vivo	5
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian <i>Smartphone</i>	30
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Citra Merek	31
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Negara Asal Produsen	33
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Minat Beli	35
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas	37
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	41
Tabel 4.11 Hasil Uji F	42
Tabel 4.12 Hasil Uji T	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> Di Indonesia.....	1
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	40
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuisisioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Hasil Kuisisioner
- Lampiran 3 : Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : Abstrak Penelitian Terdahulu

