

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE*,
PRODUCT KNOWLEDGE, DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Fernandes

NPM: 12 03 19837

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
2016**

Skripsi

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE*, *PRODUCT KNOWLEDGE*,
DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Disusun oleh:

Fernandes

NPM: 12 03 19837

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



(Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si.)

Tanggal 2 Mei 2016

Skripsi

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE*, *PRODUCT KNOWLEDGE*, DAN
PRODUCT INVOLVEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG**

**Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:
FERNANDES
NPM : 12 03 19837**

**telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 20 Juni 2016 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Dr. J. Ellyawati, MM.

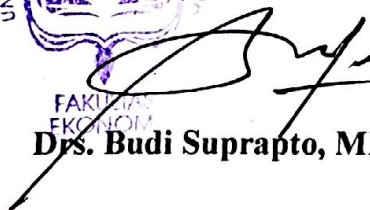


Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 20 Juni 2016

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE*, *PRODUCT KNOWLEDGE*,
DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 2 Mei 2016

Yang menyatakan



Fernandes

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas berkat dan rahmatNya yang senantiasa menyertai penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan Strata 1 Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE, DAN PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE SAMSUNG*”

Penulis juga ingin mengucapkan syukur dan berterima kasih kepada Tuhan YME atas bimbingan, bantuan, dan dukungan yang Ia salurkan melalui banyak pihak di sekitar penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E, M.Si. sebagai dosen pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph. D selaku Dekan 1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis.

4. Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, dan AMIKOM yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
5. Keluarga penulis yang tercinta, Papa, Mama, Cece Adis, Koko Ahong, dan Kianghwa. Terima kasih untuk cinta, doa, dukungan, dan motivasi luar biasa yang selalu ada untuk penulis.
6. Novita Halim sebagai seseorang yang spesial bagi penulis telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi orang yang memotivasi dan selalu mendukung dalam menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sebastian Yudhatama S.E, Ivonne Setiawati S.E, Charli Pramono S.E, Billy Joshua S.E, Devina Febrianita S.E. Terima kasih banyak untuk dukungan dan motivasi yang kalian berikan selama ini kepada penulis. Terima kasih untuk kesediaan kalian membantu penulis mencari data penelitian dan terima kasih untuk kebersamaan canda, tawa, suka, dan duka.
8. Teman-teman satu bimbingan yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2012. Terima kasih untuk pertemanan dan kerjasamanya.
10. Pihak-pihak lain yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih banyak.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan segala kritik ataupun saran yang ada dapat diterima dengan senang hati demi perbaikan penelitian serupa yang akan dilakukan di masa mendatang. Semoga, skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua orang yang membacanya

Yogyakarta, 2 Mei 2016

Fernandes

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11

1.6 Sistematika Penulisan.....	12
--------------------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	15
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Citra Negara Asal.....	19
2.2.1 Pengertian Citra Negara Asal.....	19
2.2.2 Citra Negara.....	20
2.2.3 Dampak negara Asal.....	21
2.3 Pengetahuan Produk.....	22
2.3.1 Definisi Produk.....	22
2.3.2 Pengetahuan Tentang Produk.....	23
2.3.3 Pengukuran Pengetahuan Produk.....	26
2.4 Keterlibatan Produk.....	26
2.5 Niat Beli Ulang.....	28
2.5.1 Pengertian Niat Beli.....	28
2.5.2 Proses Niat Beli.....	29

2.5.3 Niat Beli Ulang.....	30
2.6 Tinjauan Studi Terdahulu.....	31
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	33
2.7.1 Hubungan Citra Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.7.2 Hubungan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.7.3 Hubungan Keterlibatan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi, Objek dan Subjek Penelitian.....	37
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.1 Sampel dan metode Sampling.....	38
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3 Definisi Operasional.....	40
3.4 Metode Analisis Data.....	43
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	43

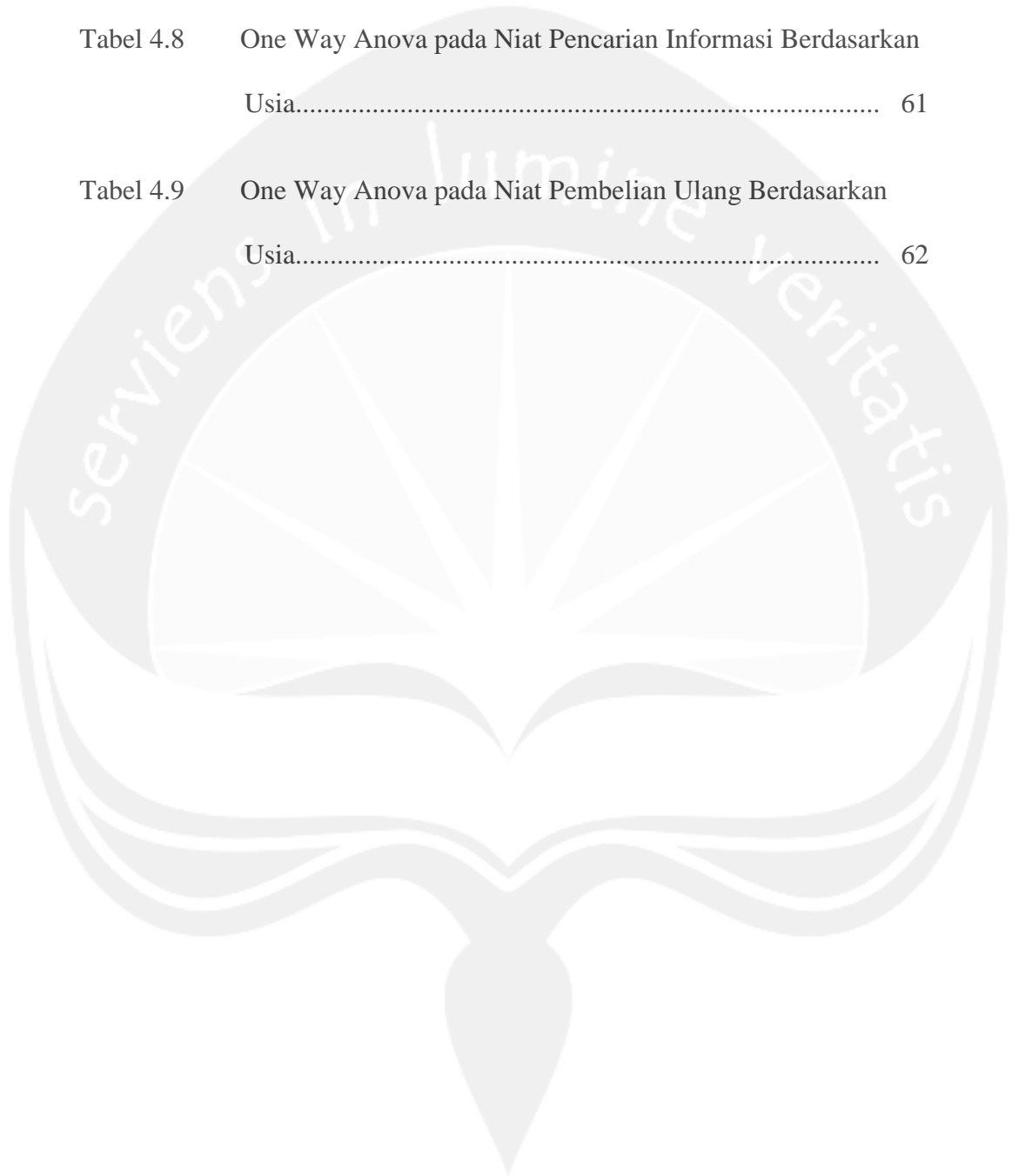
3.4.2 Analisis Regresi Berganda.....	43
3.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3.4.4 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	46
3.4.5 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	47
3.4.6 Analisis Varian (ANOVA): <i>One-Way</i> ANOVA.....	47
3.5 Metode Pengujian Instrumen.....	48
3.5.1 Uji Validitas.....	48
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	50
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pendahuluan.....	51
4.2 Karakteristik Responden.....	52
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.3.1 Pengujian Citra Negara Asal, Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Produk terhadap Niat Pencarian Informasi.....	54
4.3.2 Pengujian Citra Negara Asal, Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Produk terhadap Niat Pembelian Ulang	56

4.4 Uji <i>One Way ANOVA</i>	57
4.4.1 Uji <i>One Way ANOVA</i> Berdasarkan Pendapatan/uang Saku.....	57
4.4.2 Uji <i>One Way ANOVA</i> Berdasarkan Gender.....	59
4.4.3 Uji <i>One Way ANOVA</i> Berdasarkan Usia.....	61
4.5 Pembahasan.....	62
4.5 Perbandingan dengan Hasil Penelitian lain.....	67
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Implikasi Manajerial.....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

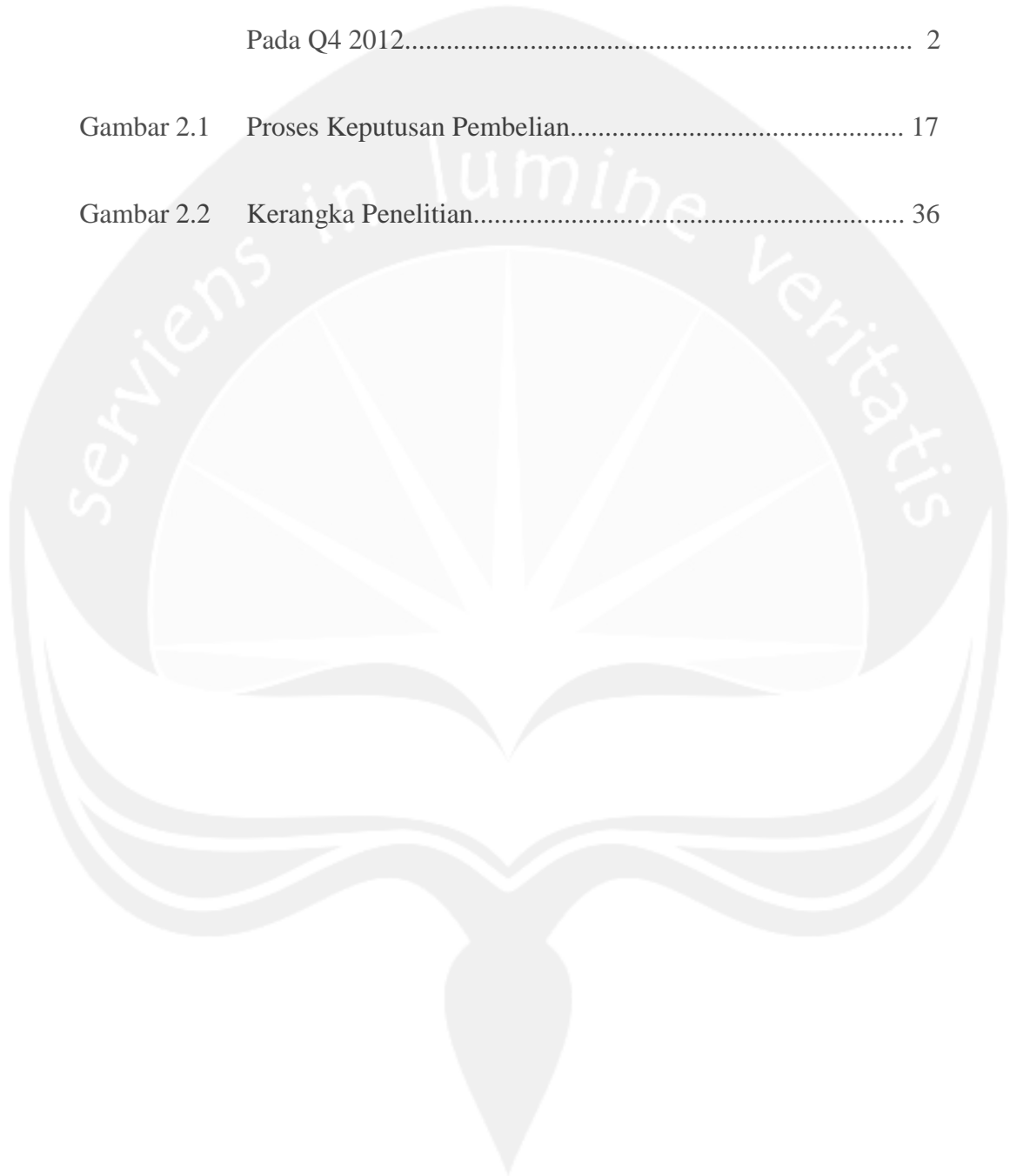
Tabel 1.1	<i>Market Share dan Handset Smartphone Samsung di Indonesia Q4 2014</i>	3
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1	Skor dalam Setiap Pernyataan.....	40
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	41
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.1	Distribusi Karakteristik Demografi Responden.....	52
Tabel 4.2	Hasil Regresi Linear Berganda Niat Pencarian Informasi.....	54
Tabel 4.3	Hasil Regresi Linear Berganda Niat Pembelian Ulang.....	56
Tabel 4.4	One Way Anova pada Niat Pencarian Informasi Berdasarkan Pendapatan/uang saku.....	58
Tabel 4.5	One Way Anova pada Niat Pembelian Ulang Berdasarkan Pendapatan/uang saku.....	59
Tabel 4.6	One Way Anova pada Niat Pencarian Informasi Berdasarkan Gender.....	60

Tabel 4.7	One Way Anova pada Niat Pembelian Ulang Berdasarkan Gender.....	60
Tabel 4.8	One Way Anova pada Niat Pencarian Informasi Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.9	One Way Anova pada Niat Pembelian Ulang Berdasarkan Usia.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pangsa Pasar Penjual <i>Smartphone</i> di Seluruh Dunia Pada Q4 2012.....	2
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	PERTANYAAN KUESIONER
LAMPIRAN 2	DATA KUESIONER
LAMPIRAN 3	TABEL FREKUENSI
LAMPIRAN 4	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 5	HASIL REGRESI LINEAR BERGANDA
LAMPIRAN 6	HASIL UJI ONE WAY ANOVA

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE*, *PRODUCT KNOWLEDGE*,
DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Disusun oleh:

Fernandes

NPM: 12 03 19837

Pembimbing

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *country of origin image*, *product knowledge*, dan *product involvement* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung, serta mengidentifikasi ada perbedaan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung berdasarkan tingkat pendapatan/uang saku per bulan, gender, dan usia. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner baik secara langsung maupun *online* kepada mahasiswa/i di 4 Universitas yang ada di Yogyakarta seperti Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, dan Amikom dengan menggunakan sampel 200 mahasiswa yang pernah melakukan pembelian produk *smartphone* Samsung. Teknik pengambilan sampel digunakan dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan uji *one way Anova*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *country of origin image*, *product knowledge*, dan *product involvement* secara simultan dan parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung. Selain itu perbedaan tingkat pendapatan/uang saku per bulan, gender dan usia menunjukkan tidak ada perbedaan yang berarti atau signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Country of origin image*, *product knowledge*, *product involvement*,
keputusan pembelian konsumen