

as keting.

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	MAJLIS PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	08 JUN 2007
Inventarisasi	3335/EM/Hd.6/2007
Klasifikasi	Rf 640.8 Pim 06
Selasa Diproses :	

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
---	----------------------------------

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL HARGA, *COUNTRY*
OF ORIGIN, DAN POPULARITAS MEREK TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN PADA KOSMETIK MEREK
*ORIFLAME***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

PRICILIA DINA VERYANA

NPM : 02 03 13959

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SEPTEMBER, 2006

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH VARIABEL HARGA, *COUNTRY*
OF ORIGIN, DAN POPULARITAS MEREK TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN PADA KOSMETIK MEREK
*ORIFLAME***

Disusun Oleh:

PRICILIA DINA VERYANA

NPM : 02 03 13959

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



W. Mahestu Noviandra K. SE. Mscib

Tanggal 11 Agustus 2006

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH VARIABEL HARGA, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN POPULARITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA KOSMETIK MEREK *ORIFLAME*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Pricilia Dina Veryana

NPM: 0203013959

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 2 September 2006 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

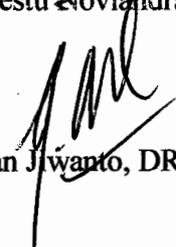


MF. Shellyana Junaedi, SE.,M.SI

Anggota Panitia Penguji



W. Mahestu Novianandra, SE.,M.SCIB

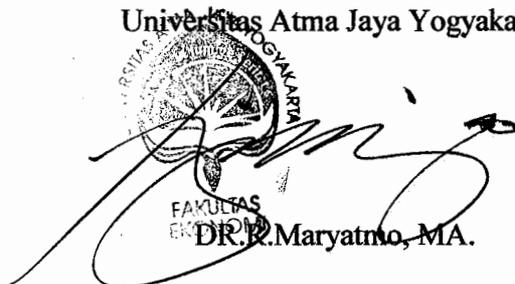


Gunawan Jiwanto, DRS.,MBA

Yogyakarta, 2 September 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS EKONOMI
DR. R. Maryatno, MA.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH VARIABEL HARGA, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN POPULARITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA KOSMETIK MEREK *ORIFLAME*

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

Yogyakarta, 11 Agustus 2006

Yang menyatakan,



Pricilia Dina Veryana

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur hanya bagi Tuhan, karena berkat dan anugrahNya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul :

“ANALISIS PENGARUH VARIABEL HARGA, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN POPULARITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA KOSMETIK MEREK *ORIFLAME*“

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar sarjana ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan juga merupakan sarana penulis dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.

Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah turut membantu baik secara moril maupun materiil, oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu W.Mahestu Noviandra K. SE. Mscib, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dengan sabar memberi bimbingan, petunjuk serta pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Tim penguji, Ibu Shellyana Junaedi dan Bpk. Gunawan Jiwanto yang telah menguji dengan penuh kasih.
3. Bapak dan Ibu dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan ilmunya selama penulis ada di bangku kuliah.
4. Semua responden yang telah meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner untuk masukan data yang diperlukan penulis.

5. Mamah, papah, kakak-kakakku, adikku, kekasihku tersayang serta segenap keluarga besar, yang telah mendoakan penulis setiap waktu.
6. My best friend : Lia panjang, Linda Taralandu, Devita, Lady Chandra (Ledonkz) Fanny, Nonni Simatupang, Yuana Dewi, Nino, Wira Parmilia Dewi, teman-teman satu bimbingan (Atik, Sari, Rudi) dan satu perjuangan (Ireni, Mega, Eva) yang telah membantu dan memberikan dorongan penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yesus melimpahkan berkat dan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala saran dan kritik yang berguna. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2006

Penulis



(Pricilia Dina Veryana)

MOTTO

" Sebab Aku mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada ku, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan " (Yeremia, 29. II)

Dan yang pada akhirnya

" Ia akan menjadikan segala sesuatu
indah pada waktunya "

Persembahan

Karya ini kupersembahkan kepada Tuhan yang selalu membimbingku dan menolongku, Bunda Maria yang selalu menjagaku. Mamah yang sangat tegar dalam berjuang meski dalam kondisi yang sangat sulit sekalipun untuk membesarkanku sampai seperti sekarang ini. Papah, Ci Dian, Ko Fredy, Adikku Tin-tin dan kekasih ku tercinta Beny serta saudara-saudaraku tersayang. Aku percaya jika kita menyerahkan seluruhnya kepada Nya semuanya pasti akan disempurnakan menjadi lebih indah dari apa yang kita harapkan dan tepat pada waktunya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
INTISARI	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Masalah	4
1.5. Batasan Masalah	5
1.6. Hipotesis	6
1.7. Metodologi Penelitian	6
1.7.1. Metode Pengambilan sampel	6

1.7.2. Metode Pengumpulan Data	7
1.7.3. Metode Pengukuran Data	7
1.8. Metode Pengujian Instrumen	8
1.8.1. Analisis Validitas.....	8
1.8.3. Analisis Reliabilitas	9
1.9. Metode Analisis Data	9
1.9.1. Analisis Persentase	9
1.9.2. Analisis Regresi Berganda	9
1.9.3. Analisis <i>One Way Anova</i>	10
1.10. Sistematika Penulisan	11
BAB 2	
LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Merek.....	12
2.2. Strategi Pemasaran	14
2.3. Pengaruh <i>Country of Origin</i>	17
2.4. Perilaku Konsumen	22
2.4.1. Proses Keputusan Pembelian.....	25
2.4.2. Perilaku Pembelian	26
2.4.3. Proses Pembuatan Keputusan	27
BAB 3	
ANALISIS DATA	
3.1. Penjelasan Penelitian	30
3.2. Analisis Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	30
3.2.1. Analisis Validitas	30
3.2.2. Analisis Reliabilitas	34

3.3. Analisis Persentase	35
3.3.1. Profil Responden Berdasarkan Usia	35
3.3.2. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran	36
3.4. Analisis Data dan Pembahasan	37
3.4.1. Analisis Regresi	37
3.4.1.1. Pengaruh secara Parsial	39
3.4.1.2. Pengaruh secara Simultan	42
3.4.2. <i>One Way</i> Anova	44
3.4.2.1. <i>One Way</i> Anova ditinjau dari usia	44
3.4.2.2. <i>One Way</i> Anova ditinjau dari pengeluaran.....	48
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1. Kesimpulan	51
4.2. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	31
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Country of Origin</i>	32
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Merek	33
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Niat Beli	34
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	35
Tabel 3.6. Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 3.7. Responden Berdasarkan Pengeluaran	36
Tabel 3.8. Hasil analisis regresi linier secara parsial	40
Tabel 3.9. Hasil analisis regresi linier secara Simultan	43
Tabel 3.10. Anova berdasarkan Usia Ditinjau dari Variabel Harga	44
Tabel 3.11. Perbandingan F hitung dan F tabel Berdasarkan Usia	45
Tabel 3.12. Anova Berdasarkan usia Ditinjau dari Variabel COO	46
Tabel 3.13. Anova Berdasarkan Usia Ditinjau dari Variabel Merek	47
Tabel 3.14. Anova Berdasarkan Pengeluaran Ditinjau dari Variabel Harga	48
Tabel 3.15. Perbandingan F hitung dan F tabel Berdasarkan Pengeluaran	48
Tabel 3.16. Anova Berdasarkan Pengeluaran Ditinjau dari Variabel COO	49
Tabel 3.17. Anova Berdasarkan Pengeluaran Ditinjau dari Variabel Merek	50

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Model Lima Tahap Proses Membeli 27



**ANALISIS PENGARUH VARIABEL HARGA, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN
POPULARITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA
KOSMETIK MEREK *ORIFLAME***

Disusun Oleh:

Pricilia Dina Veryana

NPM : 02 03 13959

Pembimbing Utama

W. Mahestu Noviandra K. Se.

Mscib

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, *country of origin*, dan merek terhadap niat beli konsumen pada kosmetik merek Oriflame dan untuk mengetahui adakah perbedaan penilaian variabel harga, *country of origin* dan merek ditinjau dari segi usia dan pengeluaran.

Penelitian ini dilakukan terhadap 70 responden yang merupakan pengguna kosmetik Oriflame. Metode pengambilan sample yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, antara lain : Analisis Regresi dan Analisis of Variance (One Way Anova).

Hasil analisis regresi menunjukkan, dari variabel-variabel yang diteliti hanya variabel harga dan merek saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli. Sedangkan variabel *country of origin* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen. Hasil dari *analysis of variance (One Way Anova)*, diketahui bahwa ditinjau dari segi usia, hanya terdapat perbedaan penilaian pada variabel harga sedangkan pada variabel yang lain tidak terdapat perbedaan penilaian pada produk kosmetik Oriflame. Sedangkan untuk penilaian konsumen ditinjau dari segi pengeluaran tidak terdapat perbedaan penilaian dari setiap variabelnya.

Kata kunci : variabel harga, *country of origin*, merek dan niat beli.