

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, PENGETAHUAN PRODUK, DAN
KETERLIBATAN TERHADAP NIAT PENCARIAN INFORMASI DAN
NIAT PEMBELIAN ULANG PRODUK *SNEAKERS VANS***



Disusun Oleh:

Clemens Sandy Bayu Kurnia

15 03 21905

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020



SURAT KETERANGAN

No. 454/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 6 Juli 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Prof. Dr, MF. Shellyana Junaedi, M.Si. | (Ketua Penguji) |
| 2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. | (Anggota) |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Clemens Sandy Bayu K.

NPM : 150321905

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Clemens Sandy Bayu K. telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

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

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, PENGETAHUAN PRODUK, DAN
KETERLIBATAN TERHADAP NIAT PENCARIAN INFORMASI DAN
NIAT PEMBELIAN ULANG PRODUK *SNEAKERS* VANS**

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 dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan



Clemens Sandy Bayu Kurnia

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, berkat dan rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar dari awal hingga akhir. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam prosesnya, penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu saya ingin mengucapkan terimakasih untuk:

1. Papa, Mama, serta kakak kandung saya yang selalu memberi semangat dan doa tiada henti untuk menyelesaikan skripsi,
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dengan sepenuh hati, meluangkan waktu, serta memberi semangat dukungan.
3. Gede Chandra dan Jimmy Wesly, yang selalu memberikan semangat dan motivasi, serta waktu 24 jam untuk membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Mazmur, Fidelis Eltho, Anggi, Stephen Kristian, Priskilla Tamariska keluarga terbaik yang telah memberikan semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini. Terimakasih atas perhatian serta canda selama ini.

5. Loepa Lelah atas bantuan dan doa, Enzo, Rafael, Jaya, Marsha, Tika, Deniska, Eric Harianja, Riski Duan, Kevin, Yanda buat dukungan dan dorongan selama ini.
6. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan segala kritik maupun 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, 16 Juni 2020

Clemens Sandy Bayu Kurnia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR PUSTAKA	56
DAFTAR LAMPIRAN	60
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Penelitian	18
2.4 Pengembangan Hipotesis	18

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	21
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3 Definisi Oprasional.....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Metode Pengukuran Data.....	25
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	26
3.7 Metode Analisis Data.....	30
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Analisis Deskriptif.....	36
4.2 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Citra Negara Asal, Pengetahuan Produk, dan Keterlibatan Produk terhadap Pencarian Informasi pada <i>Sneakers</i> <i>Vans</i>	39
4.3 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Citra Negara Asal, Pengetahuan Produk, dan Keterlibatan Produk terhadap Niat Pembelian Konsumen pada <i>Sneakers Vans</i>	41
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	43
4.5 Perbedaan dengan Jurnal Penelitian Terdahulu.....	51
BAB V: PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Implikasi Manajerial.....	54
5.3 Keterbatasan dan Saran untuk Penelitan Selanjutnya.....	55

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, PENGETAHUAN PRODUK, DAN
KETERLIBATAN PRODUK TERHADAP PENCARIAN INFORMASI
DAN NIAT PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *SNEAKERS* VANS**

Abstrak

Produk *Sneakers* Vans merupakan salah satu merek sepatu tersukses yang berasal dari Amerika Serikat. Van Doren sukses membius para target pasarnya untuk melakukan pencarian informasi, membuat konsumennya terlibat dengan produk itu, yang berimbas pada niat pencarian informasi serta keputusan pembelian produk. Penetrasi pasar serta kemampuan promosi jajaran pemasar produk *sneakers* Vans sudah tidak perlu diragukan lagi kualitasnya. Strategi menarik citra olahraga ekstrim serta kultur musik sebagai kekuatan pemasarannya cukup efektif untuk mendorong rasa ingin membeli konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa jauh citra negara asal, pengetahuan produk, serta keterlibatan produk terhadap niat konsumen untuk mencari informasi serta melakukan pembelian produk *sneakers* Vans khususnya di Yogyakarta, Indonesia. Penelitian ini menargetkan responden sejumlah 200 orang dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan alat analisis IBM SPSS Statistic. Dalam hal ini, ditemukan bahwa seluruh variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Kata Kunci: *Niat Beli Konsumen, Produk, Perilaku Konsumen*