

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI  
DENGAN MEDIASI CITRA MEREK DAN EVALUASI MEREK  
(STUDI PADA SAMSUNG *HOME APPLIANCES*)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:  
Victor Kristanto  
NPM: 19 03 25068**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI  
DENGAN MEDIASI CITRA MEREK & EVALUASI MEREK  
(STUDI PADA SAMSUNG *HOME APPLIANCES*)**



**Disusun oleh:**

**VICTOR KRISTANTO**

**NPM: 19 03 25068**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**15 Mei 2023**

Skripsi

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI  
DENGAN MEDIASI CITRA MEREK DAN EVALUASI MEREK  
(STUDI PADA SAMSUNG HOME APPLIANCES)**

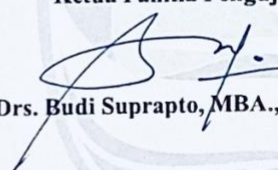
yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Victor Kristanto**  
NPM: 19 03 25068

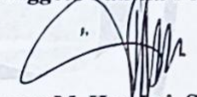
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 19 Juni 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

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

**Anggota Panitia Penguji**


  
**Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.S.Si.**

  
**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

**Yogyakarta, 22 Juni 2023**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

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

  
FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN**

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

### **PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI DENGAN MEDIASI CITRA MEREK DAN EVALUASI MEREK (STUDI PADA SAMSUNG *HOME APPLIANCES*)**

Adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri. Dari segala pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis di skripsi ini di dalam bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik pada skripsi yang saya miliki, Maka, gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Mei 2023

Yang Menyatakan



**Victor Kristanto**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat, karunia dan kemurahan-Nya, sehingga peneliti dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan masa studi dari awal semester hingga penulisan dalam penelitian skripsi ini. Penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Niat Beli dengan Mediasi Citra Merek dan Evaluasi Merek (Studi Pada Samsung *Home Appliances*)” dilakukan untuk pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan terselesaikannya penelitian ini, peneliti juga menyadari bahwa terdapat pihak yang secara tidak langsung mendukung dan membimbing penulisan skripsi hingga akhir ini. Melalui kesempatan ini, peneliti ini mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menemani, membimbing dan memberi dukungan penuh dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yesus, yang telah memberikan berkat serta pencurahan roh kudus, sehingga peneliti diberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran dan selalu setia menemani peneliti didalam keadaan apapun.
2. Papah, Mamah, Ci Vicky, Ci Vinna dan keluarga besar Kang's yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan memberikan dukungan baik materi dan moral tanpa henti, sehingga peneliti selalu bersemangat untuk berhasil menyelesaikan masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Keluarga besar Jambon, Om Yayank, Tante Sis, Oh Teo dan Ivan yang selalu mendoakan, menyadarkan dan menjadi penyemangat peneliti untuk bisa terus menyelesaikan masa studi.
4. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. Selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dan telah menyediakan waktu dan seluruh tenaga untuk memberi saran dan

kritik dalam proses penyusunan proses penelitian ini. Sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

5. Seluruh dosen, karyawan dan *staff* FBE UAJY yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berarti kepada peneliti selama empat tahun mengemban studi di FBE UAJY.
6. Keluarga besar Learning Resource Development (LRD) tahun 2017-2022, yang telah memberikan banyak sekali pengalaman dan kenangan selama berdinamika di divisi yang APIK DEWE.
7. Pengurus Inti dan Pengurus Harian HMPSM 2021/2022 yang telah bersama-sama menyelesaikan masa jabatan di tahun periode terakhir dengan menjabat sebagai PI/PH HMPSM melalui segala pengalaman, pemikiran dan ide. Sehingga berhasil menutup tahun terakhir di HMPSM dengan sukses.
8. Teman- teman dari “Bah Kah Kocak”, Abi, Andra Adit, Christo, Darryl, Michael, Kadek, Tama, Wisnu, Stevent, Teo dan Jennez yang menjadi teman seperjuangan peneliti dari semester satu hingga semester delapan, melalui segala kekompakan dan kesolidan, sehingga bisa untuk tetap saling menguatkan dan membantu dalam keadaan apapun selama berkuliah.
9. Teman- teman dari Manajemen Purwokerto, Cindy, Ica, Jovis, Harry dan Yohan yang bersama-sama dari awal pendaftaran hingga semester akhir dengan berjuang bersama dan saling membantu disegala kondisi apapun.
10. Kelompok KKN 82 UAJY GARON 22, Jose, Wynne, Vinna, Novi, Ahen, Yiyin, Yohan, Ko Agung dan Cilla. Yang telah berjuang bersama menjalankan setiap program kerja Kuliah Kerja Nyata dan menjadi kelompok yang nyaman selama menjalankan kegiatan KKN.
11. Teman- teman seperjuangan skripsi Bu Nadia, Angel, Tasha, Jeje, Surya, Miguel, Andre, Anggita, Lisa, Putri, Stefani, Tarisa, Tari, Enina, Wahyu dan Ando. Yang menjadi teman pemecahan masalah, sumber informasi dan memberi dukungan dalam penyelesaian penelitian ini.
12. Teman- teman peneliti, Evelyne, Jumeck, Novita, Cece, Felix dan Kevin Kunc.

13. Seluruh responden yang telah membantu dalam pengisian kuesioner ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan lancar.
14. Semua pihak yang berkaitan dengan peneliti yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan, doa, penyemangat sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
15. Terakhir, saya juga mengucapkan kepada diri saya sendiri, karena telah berjuang dan berkembang hingga sekarang.

Terlepas dari penelitian yang saya buat, saya juga menyadari ketidaksempurnaan. Sehingga, apabila nantinya terdapat kritik dan saran yang bertujuan untuk membangun penelitian ini menjadi lebih sempurna akan saya terima dengan senang hati. Saya pun berharap, penelitian ini dapat memberi manfaat kepada seluruh pembaca dan memberi referensi kepada peneliti selanjutnya. Sekian, saya ucapkan banyak terima kasih.

Peneliti



**Victor Kristanto**

## MOTTO

爱拼才会赢

**“Ai Pia Cia e Ya”**





## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Citra Negara Asal.....	12
2.1.2 Niat Beli.....	13
2.1.3 Citra Merek.....	15
2.1.4 Evaluasi Merek.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.4 Kerangka Penelitian.....	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35

3.2	Objek, Subjek dan Tempat Penelitian.....	35
3.3	Populasi dan Sampel .....	36
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.5	Defenisi Operasional .....	39
3.6	Pengukuran Data .....	41
3.7	Metode Analisis Data .....	42
3.8	Alat Analisis .....	47
BAB IV.....		52
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Pengantar .....	52
4.2	Hasil Statistik Deskriptif Profil Responden.....	53
4.3	Analisis Deskriptif .....	59
4.4	Hasil Analisis Partial Least Squared (PLS) .....	67
4.5	Pembahasan Hipotesis .....	83
BAB V .....		90
PENUTUP.....		90
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Implikasi Manajerial .....	92
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4	Saran Penelitian Kedepannya .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....		97
LAMPIRAN .....		102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Tahunan PDB Indonesia.....	2
Gambar 1.2 10 Brand yang Mendominasi Pasar Dunia Tahun 2022 .....	5
Gambar 1.3 Negara paling Inovatif di Asia Timur dan Asia Tenggara 2022 ...	6
Gambar 2.1 Lima Langkah dalam Proses Pembelian .....	14
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 3.1 Jalur Pengaruh Mediasi.....	45
Gambar 3.2 Alur Analisis Pengelompokan Mediasi .....	46
Gambar 4.1 Struktur Awal Penelitian .....	67
Gambar 4.2 Model Struktural <i>PLS Alogarithm</i> .....	70
Gambar 4.3 Model Struktural <i>Bootstrapping Calculation</i> .....	76
Gambar 4.4 Peran Citra Negara Asal, Citra Merek dan Niat Beli .....	81
Gambar 4.5 Peran Citra Negara Asal, Evaluasi Merek dan Niat Beli.....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Merek Elektronik Rumah Tangga di Indonesia .....	3
Tabel 1.2 Top Brand Index Kategori Elektronika Fase 1 Tahun 2023 .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.2 Perhitungan Interval Kelas .....	43
Tabel 4.1 Responden yang mengetahui Samsung <i>Home Appliances</i> .....	53
Tabel 4.2 Responden yang Mengetahui Negara Asal Samsung <i>Home Appliances</i>	54
Tabel 4.3 Responden yang melakukan pembelian dan menggunakan Samsung <i>Home Appliances</i> .....	55
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel 4.8 Produk Samsung <i>Home Appliances</i> yang Dimiliki Responden .....	58
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Negara Asal .....	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Evaluasi Merek .....	64
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli .....	66
Tabel 4.13 Variabel Laten beserta Item Indikator Penelitian. ....	68
Tabel 4.14 Nilai <i>Outer Loadings (Loading Factors)</i> .....	71
Tabel 4.15 Nilai <i>Average Extracted (AVE)</i> .....	72
Tabel 4.16 Nilai <i>Fornell Larcker Criterion</i> .....	72
Tabel 4.17 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	73
Tabel 4.18 Nilai <i>Cronchbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reability</i> .....	74
Tabel 4.19 Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Q-Square</i> .....	75
Tabel 4.20 <i>Path Coefficient</i> .....	77
Tabel 4.21 <i>Special Indirect Effect</i> .....	80

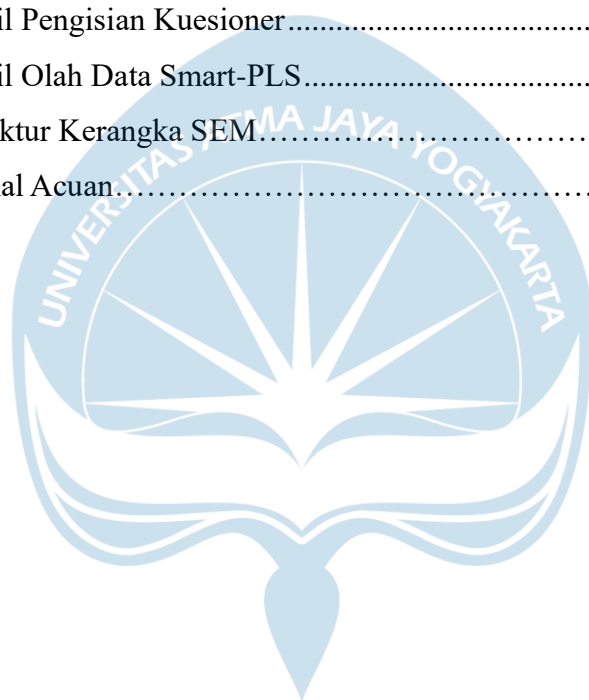
Tabel 4.22 Hasil Uji Coba Pengaruh Citra Merek yang Memediasi Citra Negara Asal terhadap Niat Beli..... 81

Tabel 4.23 Hasil Uji Mediasi pada Variabel Evaluasi Merek Citra Negara Asal terhadap Niat Beli..... 83



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner .....	103
Lampiran 2 Indikator Jurnal Utama.....	105
Lampiran 3 Kuesioner.....	107
Lampiran 4 Kuesioner Daring (Google Form).....	111
Lampiran 5 Hasil Pengisian Kuesioner.....	118
Lampiran 6 Hasil Olah Data Smart-PLS.....	143
Lampiran 7 Struktur Kerangka SEM.....	147
Lampiran 8 Jurnal Acuan.....	149



**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI  
DENGAN MEDIASI CITRA MEREK DAN EVALUASI MEREK  
(STUDI PADA SAMSUNG *HOME APPLIANCES*)**

**Victor Kristanto**

**Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji adanya pengaruh citra negara asal terhadap niat beli dengan mediasi citra merek dan evaluasi merek pada produk *home appliances* merek Samsung. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 189 responden, namun hanya 143 responden saja yang berhasil memenuhi kriteria. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin, dengan pemanfaatan Google Form sebagai media kuesioner, yang selanjutnya disebarakan melalui *social media*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *software Partial Least Square (SmartPLS)*. Hasil yang didapatkan adalah citra negara asal berpengaruh signifikan terhadap evaluasi merek dan citra merek. Namun, citra negara asal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Evaluasi merek dan citra merek berhasil memediasi pengaruh hubungan antara citra negara asal terhadap niat beli.

**Kata Kunci:** Samsung *Home Appliances*, Citra Negara Asal, Citra Merek, Evaluasi Merek, Niat Beli.