

**PERAN CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUK DALAM  
HUBUNGAN KAUSAL ANTARA KUALITAS PRODUK DAN KESEDIAAN  
PENGGUNA UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI GETOK-TULAR  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna  
*Smartphone Android* Merek Samsung)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**PATRICIA DESSY ANDRIANI**

**NPM : 10 03 18125**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2014**

**SKRIPSI**

**PERAN CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUK DALAM  
HUBUNGAN KAUSAL ANTARA KUALITAS PRODUK DAN KESEDIAAN  
PENGGUNA UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI GETOK-TULAR  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna  
*Smartphone Android* Merek Samsung)**

**Disusun oleh:**

**Patricia Dessy Andriani**

**NPM : 10 03 18125**

**Telah dibaca dan disetujui oleh :**

**Dosen Pembimbing**



**Drs. J. Sudarsono, MS.**

**15 September 2014**

**SKRIPSI**

**PERAN CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUK DALAM  
HUBUNGAN KAUSAL ANTARA KUALITAS PRODUK DAN KESEDIAAN  
PENGGUNA UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI GETOK-TULAR  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna  
*Smartphone Android* Merek Samsung)**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

**Patricia Dessy Andriani**

**10 03 18125**

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 8 Oktober 2014 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**SUSUNAN PANITA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Drs. D. Koeshartono, MM.**

**Anggota Panitia Penguji**

**Drs. J. Sudarsono, MS.**

**E. Dita Septiari, SE., M.Sc.**

**Yogyakarta, 8 Oktober 2014**

**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:

**PERAN CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUK DALAM  
HUBUNGAN KAUSAL ANTARA KUALITAS PRODUK DAN KESEDIAAN  
PENGGUNA UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI GETOK-TULAR  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna  
*Smartphone Android* Merek Samsung)**

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

Yogyakarta, 15 September 2014

Yang menyatakan



Patricia Dessy Andriani

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat, terang, dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Adapun dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Maka pada kesempatan ini dengan sepuh hati penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang penuh kasih dan selalu membimbingku dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
2. J. Sudarsono, Drs., MS. Yang dengan kebaikan dan kesabarannya telah mendukung, membimbing, dan mengoreksi penulis hingga selesainya skripsi ini.
3. Albertus Alva Ricardo Roossanto dan Patricia Ida Listiyani yang selalu mendukung, memotivasi, dan memberi semangat selama ini dan menjadi orang tua yang baik dan hebat untuk saya.
4. Richardo Dicky Aditya yang sudah menjadi kakak yang baik yang selalu menjadi motivasi saya untuk selalu semangat menjalani hari-hari dan menyelesaikan pendidikan.
5. Teman-teman baikku Amelinda Imawan, Marcia Audrey, Mary Anne Ninyo, Maria Eka Oktaviani, Stevanus Prasetyo, Anna Rahmalia Andres, Haryo Suryo Putro dan semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu yang

membantu dan memberi motivasi serta semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima Kasih :)

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu selama proses perkuliahan.
7. Semua responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan untuk menyempurnakan skripsi ini.

Yogyakarta 15 September 2014

Penulis

Patricia Dessy Andriani

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*"The best way to cheer yourself up is to try to cheer somebody else up"*

*-Mark Twain-*

*"Iman adalah dasar dari segala sesuatu yang kita harapkan dan bukti dari segala sesuatu yang tidak kita lihat"*

*-Ibrani 11:1-*

*"I can do everything through him who gives me strenght"*

*-Philippians 4:13-*

*"Love is your neighbor as yourself. There is no commandment greater than else"*

*-Mark 12:31-*

**Skripsi ini secara khusus saya persembahkan untuk:**

*-Tuhan Yesus Kristus*

*-Orang Tua, Kakak, dan Keluarga*

*-Teman-teman baikku*

**PERAN CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL PRODUK DALAM  
HUBUNGAN KAUSAL ANTARA KUALITAS PRODUK DAN KESEDIAAN  
PENGGUNA UNTUK MELAKUKAN KOMUNIKASI GETOK-TULAR  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Pengguna  
*Smartphone Android* Merek Samsung)**

**Patricia Dessy Andriani**

**J. Sudarsono**

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta, Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran citra merek dan negara asal produk dalam hubungan kausal antara kualitas produk dan kesediaan pengguna produk *smartphone android* merek Samsung untuk melakukan komunikasi getok-tular.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa-mahasiswi dari seluruh fakultas di Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebanyak 160 responden yang dianggap sudah mampu mewakili dari populasi yang ada. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pembagian kuesioner kepada mahasiswa-mahasiswi yang berada dilingkungan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang menggunakan produk *smartphone android* merek Samsung. Sedangkan alat analisis yang dipergunakan untuk menguji peran citra merek dan negara asal produk dalam hubungan kausal antara kualitas produk dan kesediaan pengguna untuk melakukan komunikasi getok-tular adalah regresi mediasi dan regresi moderasi. Hasil dari pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini membuktikan bahwa kesediaan pengguna produk dalam melakukan komunikasi getok-tular atas kualitas produk dari *smartphone android* merek Samsung dipengaruhi oleh citra merek dan negara asal produk.

**Kata kunci :** kualitas produk, citra merek, negara asal produk, komunikasi getok-tular.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	4
1.3.Batasan Masalah .....	6
1.4.Tujuan Penelitian .....	10
1.5.Manfaat penelitian.....	12
1.6.Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Produk .....	15
2.1.1. Pengertian Produk.....	15
2.1.2. Tingkatan Produk.....	16
2.1.3. Heirarki Produk .....	17
2.1.4. Atribut Produk .....	18
2.2. Kualitas Produk.....	24
2.2.1. Pengertian Kualitas .....	24
2.2.2. Dimensi Kualitas Produk .....	24
2.3. Barang .....	26
2.3.1. Pengertian Barang.....	26
2.3.2. Klasifikasi Barang.....	26
2.4. <i>Brand Image</i> .....	29

2.4.1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	29
2.4.2. Pengukuran <i>Brand Image</i> .....	29
2.5. <i>Word Of Mouth Communication</i> .....	32
2.5.1. Pengertian <i>Word Of Mouth Communication</i> .....	32
2.5.2. Penelitian tentang <i>Word Of Mouth</i> .....	33
2.6. Penelitian Terdahulu .....	34
2.7. Hipotesis.....	36
2.8. Model Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian.....	45

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Subyek Penelitian.....	46
3.2. Jenis Penelitian .....	46
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.4. Populasi dan Pengambilan Sampel .....	47
3.4.1. Populasi .....	47
3.4.2. Metode Pengambilan Sampel.....	47
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	48
3.6. Metode Pengukuran Data .....	49
3.7. Metode Pengujian Instrumen.....	50
3.7.1 Uji Validitas .....	50
3.7.2. Analisis Reliabilitas .....	51
3.8. Metode Analisis Data .....	52
3.8.1. Analisis Presentase .....	52
3.8.2. Analisis Regresi.....	53
3.9. Analisis <i>One Sample T-test</i> .....	60
3.10. Analisis <i>Independent Sample T-test</i> .....	62
3.11. Analisis <i>One Way ANOVA</i> .....	63

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Penjelasan Penelitian.....	64
4.2. Pengujian Instrumen.....	65

4.3. Profil Responden.....	68
4.4. Analisis <i>One Sample T-test</i> .....	73
4.5. Analisis Regresi Mediasi.....	84
4.6. Hasil Analisis Regresi Mediasi.....	86
4.7. Analisis Regresi Moderasi.....	100
4.8. Perbedaan Penilaian Persepektif Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Brand Image, dan WOM Ditinjau Dari Perbedaan Data Pribadi Responden.....	106
4.9. Pembahasan Secara Keseluruhan Hasil Analisis Data.....	121

## BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	123
5.2. Saran.....	130
5.3. Kelemahan Penelitian.....	131

DAFTAR PUSTAKA.....	133
---------------------	-----

## DAFTAR TABEL

TABEL 4.1. Hasil Uji Validitas .....	66
TABEL 4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	67
TABEL 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
TABEL 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
TABEL 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Pemakaian <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung .....	69
TABEL 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung.....	69
TABEL 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Penggunaan Pulsa/Paket Internet <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung.....	70
TABEL 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Fungsi Utama <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung .....	70
TABEL 4.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Hp Sebelum	

Menggunakan <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung.....	71
TABEL 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapat Responden Bahwa Negara Asal ( <i>Country of Origin</i> ) Suatu Produk Mencerminkan Kualitas Dari Produk Tersebut .....	72
TABEL 4.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapat Responden Bahwa Negara Asal Produk ( <i>Country of Origin</i> ) Dapat Mempengaruhi <i>Brand Image</i> Atau Citra Merek Produk Tersebut.....	72
TABEL 4.12. Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Menyarankan Menggunakan <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung .....	73
TABEL 4.13. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> , dan <i>WOM</i> . .....	75
TABEL 4.14. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk Pada Dimensi Kinerja .....	76
TABEL 4.15. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk Pada Dimensi Daya Tahan .....	76
TABEL 4.16. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk Pada Dimensi Kesesuaian dengan Spesifikasi.....	77
TABEL 4.17. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk Pada Dimensi Fitur.....	78
TABEL 4.18. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk Pada Dimensi Reliabilitas.....	79
TABEL 4.19. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk Pada Dimensi Estetika.....	80
TABEL 4.20. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas Kualitas Produk Pada Dimensi Kesan Kualitas.....	81
TABEL 4.21. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung Atas <i>Brand Image</i> .....	82
TABEL 4.22. Penilaian Persepetif Pengguna <i>Smartphone Android</i> Merek	

Samsung Atas <i>Word of Mouth</i> .....	83
TABEL 4.23. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>WOM</i> .....	86
TABEL 4.24. Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk Terhadap <i>WOM</i> . .....	87
TABEL 4.25. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Image</i> . .....	88
TABEL 4.26. Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Image</i> . .....	89
TABEL 4.27. Pengaruh Kualitas Produk Dan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>WOM</i> .....	90
TABEL 4.28. Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk Dan <i>Brand Image Terhadap WOM</i> .....	91
TABEL 4.29. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>WOM</i> .....	92
TABEL 4.30. Peran <i>Brand Image</i> Dalam Memperkuat/Memperlemah (Memoderasi) Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk (Estetika) Terhadap <i>WOM</i> .....	101
TABEL 4.31. Peran <i>Country Of Origin</i> Dalam Memperkuat/Memperlemah (Memoderasi) Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk (Kesesuaian Dengan Spesifikasi) Terhadap <i>WOM</i> .....	102
TABEL 4.32. Peran <i>Country Of Origin</i> Dalam Memperkuat/Memperlemah (Memoderasi) Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk (Estetika) Terhadap <i>WOM</i> .....	103
TABEL 4.33. Peran <i>Country Of Origin</i> Dalam Memperkuat/Memperlemah (Memoderasi) Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk Daya Tahan Terhadap <i>Brand Image</i> .....	104
TABEL 4.34. Peran <i>Country Of Origin</i> Dalam Memperkuat/Memperlemah (Memoderasi) Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>WOM</i> .....	105
TABEL 4.35. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin .....	106
TABEL 4.36. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i>	

Berdasarkan Perbedaan Usia .....	107
TABEL 4.37. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Tipe Produk <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung .....	108
TABEL 4.38. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Biaya Pulsa/Paket Internet Yang Digunakan Perbulan Untuk Produk <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung .....	110
TABEL 4.39. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Fungsi Utama Produk <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung .....	111
TABEL 4.40. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Merek Hp Sebelumnya.....	112
TABEL 4.41. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Pendapat Responden Bahwa <i>Country of Origin</i> (Negara Asal) Suatu Produk Mencerminkan Kualitas Dari Produk Tersebut.....	114
TABEL 4.42. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Pendapat Responden Bahwa Negara Asal	

Produk ( <i>Country of Origin</i> ) Dapat Mempengaruhi <i>Brand Image</i> Atau Citra Merek Produk Tersebut.....	117
TABEL 4.43. Perbedaan Penilaian Perseptif Atas Kualitas Produk (Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika, dan Kesan Kualitas), <i>Brand Image</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Berdasarkan Perbedaan Berdasarkan Yang Menyarankan Menggunakan <i>Smartphone Android</i> Merek Samsung .....	120
DAFTAR GAMBAR	
GAMBAR 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	45
GAMBAR 3.1. Hubungan Antara Variabel Independen Mediator dan Dependen .....	56
GAMBAR 3.2. Variabel Moderasi.....	58
GAMBAR 4.1. Hubungan Antara Variabel Independen Mediator dan Dependen .....	84
GAMBAR 4.2. Model Hubungan Kualitas Produk, <i>Brand Images</i> , dan <i>Word of Mouth</i> .....	94
GAMBAR 4.3. Model Hubungan Antara Dimensi Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> dengan <i>WOM</i> .....	98