

**ANALISIS " PRODUCT-COUNTRY MATCHES " DAN HUBUNGANNYA
DENGAN KEINGINAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK LUAR NEGERI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

N a m a : NOVITA DAMAYANTI

N I M : 0310312-091

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**

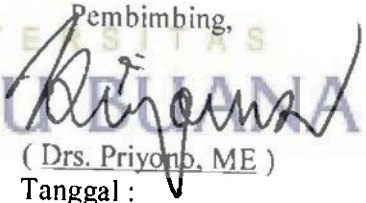
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **NOVITA DAMAYANTI**
NIM : 0310312-091
NIRM :
Jurusan : Manajemen – SI
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis "Product-Country Matches" dan Hubungannya
dengan Keinginan Konsumen dalam Membeli Produk Luar

Negeri

Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

(Drs. Priyono, ME)
Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi


(Drs. Hedri Mulya, M.Si)
Tanggal :

Ketua Jurusan Manajemen


(Tafiprios, SE, MM)
Tanggal : 17/12-06 .

**ANALISIS ” PRODUCT-COUNTRY MATCHES ” DAN HUBUNGANNYA
DENGAN KEINGINAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK LUAR NEGERI**

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

N a m a : NOVITA DAMAYANTI

N I M : 0310312-091



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim.

Dengan mengucapkan Alhamdulillahillobbil'aalamiin, penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat, karunia, barokah dan hidayah -Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul Analisis "Product-Country Matches" dan Hubungannya dengan Keinginan Konsumen dalam Membeli Produk Luar Negeri.

Skripsi ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa pembahasan dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal tersebut karena pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki masih sangat terbatas. Oleh karena itu, segala kritikan maupun saran yang membangun diterima dengan senang hati.

Dengan kesungguhan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, baik berupa ilmu, do'a, tenaga, perhatian, serta kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih tersebut, penulis tujukan kepada :

1. Bunda tercinta yang telah memberikan dorongan dan dukungan yang tak terhingga baik dalam bentuk do'a restu dan Kakak-Kakakku yang membantu moril maupun materil sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

2. Yang terhormat Bapak Dr. Ir. H. Suharyadi, MS. Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Hadri Mulya, MSi, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
4. Yang terhormat Bapak Tafiprios, SE, MM, Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
5. Yang terhormat Bapak Drs. Priyono, ME, Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu dan tenaganya serta pikiran didalam memberikan pengarahan, petunjuk dan perbaikan yang sangat berguna sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan serta bantuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Terima kasih kepada Karyawan dan Karyawanati Vivere Group Jalan Letjen S. Parman No. 6 Jakarta 11480 yang telah bersedia mengisi kuesioner dan memberi kesempatan bagi penulis untuk mengadakan penelitian
8. Terima kasih kepada sahabatku Kristin yang telah banyak membantu selama perkuliahan.
9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu-persatu.

Semoga Alloh SWT selalu melimpahkan rahmat, karunia, barokah, hidayah-Nya kepada kita, dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat serta berguna bagi kita semua
Amiin Yaa Robbal A'lamiiin.

Jakarta, 27 Agustus 2006

Penulis,

Novita Damayanti



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Interpretasi Koefisiensi Korelasi.....	26
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	27
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	28
Tabel 4.3. Hasil Perhitungan Rata-Rata Citra Negara	30
Tabel 4.4. Hasil Perhitungan Rata-Rata Pentingnya Dimensi Citra Bagi Produk	30
Tabel 4.5. Hasil Korelasi Antara Citra Negara dan Permintaan Konsumen Dalam Membeli Produk Impor	32



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Dimensi Negara dan Produk	18



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Evaluasi Citra Negera Jepang
- Lampiran 2. Evaluasi Citra Negera Cina
- Lampiran 3. Evaluasi Citra Negera Jerman
- Lampiran 4. Evaluasi Citra Negera Perancis
- Lampiran 5. Evaluasi Citra Negera Swiss
- Lampiran 6. Evaluasi Dimensi Citra Produk Pakaian
- Lampiran 7. Evaluasi Dimensi Citra Produk Arloji
- Lampiran 8. Evaluasi Dimensi Citra Produk Handphone
- Lampiran 9. Evaluasi Keinginan Membeli Produk Jepang
- Lampiran 10. Evaluasi Keinginan Membeli Produk Cina
- Lampiran 11. Evaluasi Keinginan Membeli Produk Jerman
- Lampiran 12. Evaluasi Keinginan Membeli Produk Perancis
- Lampiran 13. Evaluasi Keinginan Membeli Produk Swiss
- Lampiran 14. Tabel Hasil Perhitungan Variabel X & Y
- Lampiran 15. Perhitungan Korelasi Pearson

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
 BAB II	
LANDASAN TEORI	
A. Pengertian dan Konsep Pemasaran	6
B. Pengertian Produk	9
C. Negara Asal	9
D. Persepsi	13
E. Citra Negara	14

1. Inovasi	15
2. Desain	15
3. Gengsi	15
4. Keahlian Kerja	16
5. Hubungan Antara Citra Negara dengan Kategori Produk	16
6. Keputusan Pembelian.....	18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum	20
B. Metode Penelitian	21
C. Sampel Penelitian	21
D. Variabel dan Pengukurannya	21
E. Metode Pengumpulan Data	24
F. Metode Analisis Data	25

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	27
B. Analisa Hubungan antara Produk dan Negara (Product-Country Matches).....	29
C. Analisis Korelasi Pearson	31
1. Hubungan antara Citra Negara dengan permintaan konsumen dalam membeli produk Pakaian	32

2. Hubungan antara Citra Negara dengan permintaan konsumen dalam membeli produk Arloji	33
3. Hubungan antara Citra Negara dengan permintaan konsumen dalam membeli produk Handphone.....	34

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN	35
B. SARAN	36

DAFTAR PUSTAKA

