

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP *BRAND IMAGE* SERTA
DAMPAKNYA PADA MINAT BELI *SMARTPHONE* XIAOMI
DI KOTA DEPOK**

SKRIPSI



Nama : Astrid Jasintha Rasmini

NIM : 43112120014

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Astrid Jasintha Rasmini

NIM : 43112120014

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS

Jakarta, 01 September 2016

MERCU BUANA



Astrid Jasintha Rasmini

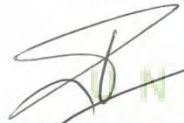
NIM : 43112120014

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Astrid Jasintha Rasmini
NIM : 43112120014
Judul Skripsi : Pengaruh *Country of Origin*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap *Brand Image* serta dampaknya pada Minat Beli *Smartphone* Xiaomi di Kota Depok
Tanggal Lulus Ujian : 30 Agustus 2016

Disahkan oleh,

Pembimbing,



(Arief Bowo Pravoga K. SE., MM)

Tanggal : 4/9/2016

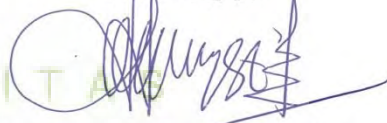
Dekan



(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.)

Tanggal : 6/9/2016

Ketua Penguji,



(M. Soelton Ibrahim, S.Psi., MM)

Tanggal : 4/9/2016

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Tanggal : 6/9/2016

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat yang selalu diberikan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Country of Origin*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap *Brand Image* serta dampaknya pada Minat Beli *Smartphone* **Xiaomi di Kota Depok**”.**

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekuarangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, nasehat-nasehat dan kesabaran selama bimbingan baik secara teknis maupun teoritis dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga terselesaikan dengan baik.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, saran, maupun dukungan moril dan materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. MS., CA, selaku Dekan Fakultas Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Bapak M. Soelton Ibrahim, S.Psi., MM, dan Ibu Aty Herawati, Dra., M.Si, selaku team dosen penguji yang telah membantu dan banyak memberikan saran dalam proses sidang skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tua tercinta yaitu Alm. Antonius Samuel Elkana Warella dan Almh. I Gusti Agung Suarniti yang telah memberikan cinta dan kasih begitu besar sampai akhir hayatnya. Keluarga tersayang, Christian Martinus Angga Tirta, Yuanita Tanuwijaya, Antonius Benedictus Kertiyasa, Rocky Kurniawan, serta seluruh keluarga besar atas doa, kasih sayang dan dukungannya.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian.
8. Teman satu bimbingan dalam mencari referensi, Ahmad Nawawi yang telah membantu serta memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi.

9. Keluarga Accounting Hotel Aryaduta Jakarta, yang selalu memberikan doa dan dukungannya dalam proses penyusunan skripsi.
10. Sahabat-sahabat tersayang D'cidmylace, Alayners, Nyak Rempong, Grup Sayang Kalian, OMK St. Thomas Kelapa Dua dan semua teman-teman yang selalu memberikan doa, bantuan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada seluruh teman-teman Manajemen di kampus menteng, khususnya mba Liliek Krisnawati yang sudah memberikan bantuan, doa, dan semangat dalam proses penyusunan skripsi.
12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 01 September 2016

Astrid Jasintha Rasmini

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang Penelitian.....	1
B.Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C.Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A.Kajian Pustaka	14
1. <i>Country of Origin</i>	33
2. Kualitas Produk	16
3. Harga	20
4. <i>Brand Image/ Citra Merek</i>	25
5. Minat Beli.....	28
6. Penelitian Terdahulu.....	33
B. Rerangka Pemikiran	36
C. Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian.....	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	39
1. Definisi Variabel	39
2. Operasionalisasi Variabel	40
D. Pengukuran Variabel	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
1. Populasi Penelitian	48
2. Sampel Penelitian	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis.....	51
1. Statistik Deskriptif.....	51
2. Uji Kualitas Data	51
a. Uji Validitas	51
b. Uji Reliabilitas	52
3. Metode Statistik SEM.....	54
4. Uji Hipotesis.....	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan dan Responden.....	64
1. Gambaran Umum Perusahaan	64
2. Gambaran Umum Responden.....	66
B. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	72
1. Hasil Uji Validitas Variabel	72
2. Uji Reliabilitas	82
3. Penilaian Model <i>Fit</i>	90
4. Pengujian Hipotesis	91
C. Pembahasan	94

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A.Kesimpulan	96
B.Saran.....	97
DAFTARPUSTAKA	99
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Global Market Share <i>Smartphone</i>	3
2.1	Penelitian Terdahulu	34
3.1	Operasional Variabel	44
3.2	Perhitungan Sampel	49
3.3	Skala Penilaian Pernyataan / Jawaban Responden	50
3.4	Indikator Konstruk	53
3.5	<i>Goodness of Fit Statistics</i>	62
4.1	Manajemen Xiaomi	65
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	70
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	70
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	71
4.8	Uji Validitas Variabel <i>Country of Origin</i>	74
4.9	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	76
4.10	Uji Validitas Variabel Harga	78
4.11	Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	80
4.12	Uji Validitas Variabel Minat Beli	82
4.13	Pengujian <i>Goodness of Fit Statistics</i>	90
4.14	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	93

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	104
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	109
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	136
Lampiran 4 Hasil Uji Hipotesis.....	167



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	<i>Chat</i> Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> di Seluruh Dunia	2
1.2	China's <i>Smartphone Market Share in April 2016</i>	4
1.3	<i>Chart</i> Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> di Indonesia	6
1.4	<i>Chart Top Popular Smartphone</i> di Indonesia	10
2.1	Langkah-langkah antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	31
2.2	Rerangka Pemikiran <i>Country of Origin</i> , Kualitas Produk, dan Harga terhadap <i>Brand Image</i> serta Dampaknya pada Minat Beli <i>Smartphone</i> Xiaomi	36
3.1	Diagram Jalur.....	56
4.1	Logo Xiaomi.....	66
4.2	Model Pengukuran Variabel <i>Country of Origin</i>	73
4.3	Model Pengukuran Variabel Kualitas Produk.....	75
4.4	Model Pengukuran Variabel Harga	77
4.5	Model Pengukuran Variabel <i>Brand Image</i>	79
4.6	Model Pengukuran Variabel Minat Beli	81
4.7	Model Pengukuran Hipotesis Keseluruhan Variabel	92