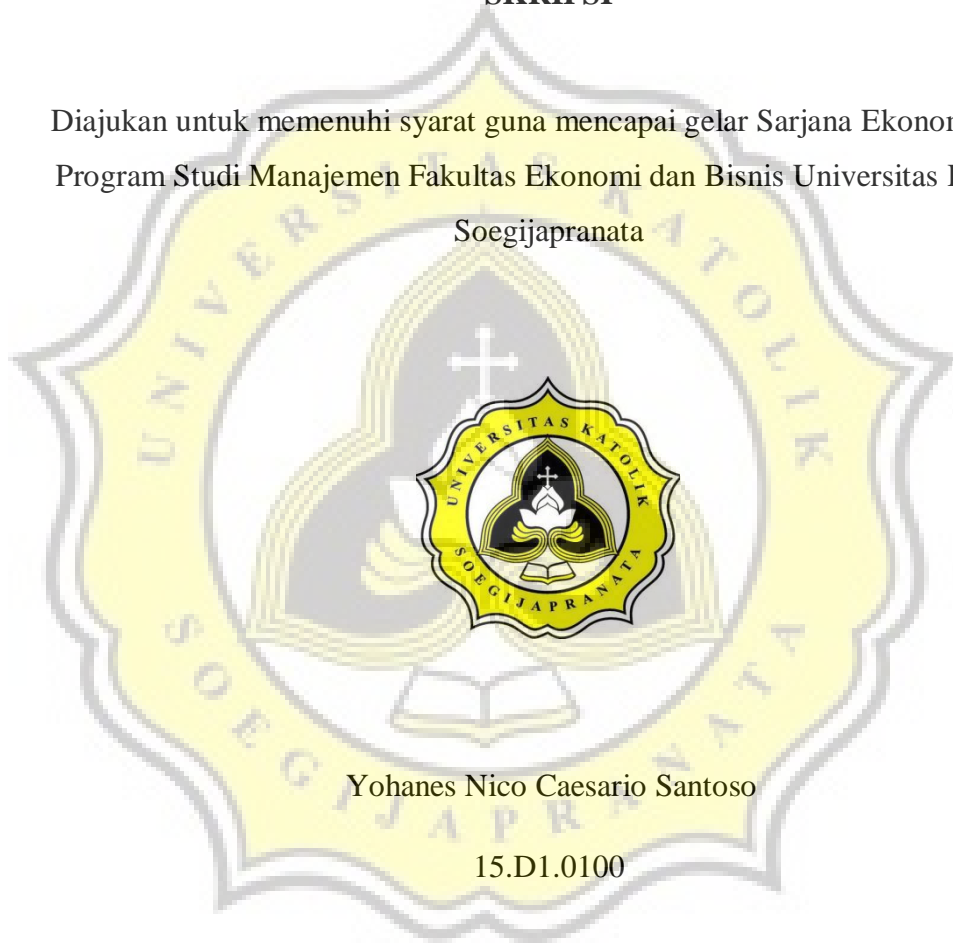


**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN (COO)* DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL WULING MOTORS
(Studi Pada Pengguna Mobil Wuling di Kota Semarang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik

Soegijapranata



Yohanes Nico Caesario Santoso

15.D1.0100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN (COO) DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING MOTORS (Studi Pada Pengguna Mobil Wuling di Kota Semarang)”** dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari akan keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan penulis dalam penyusunannya, namun dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang bersangkutan. Ucapan terimakasih penulis haturkan kepada berbagai pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut adalah:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia yang telah diberikan. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari campur tangan Tuhan. Dengan ketekunan dan kesabaran yang diberikan kepada penulis, skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Dr. Berta Berti Retnawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan banyak waktu selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Retno Yustini W,MSi dan Ibu MG. Westri Kekasih S., SE.ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu memberikan masukan yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang telah mendidik dan membekali ilmu.
5. Keluarga saya tercinta, papa dan mama dan juga adik – adik saya yang telah memberikan perhatian, doa dan dukungan yang luar biasa.
6. Pacar saya Violita Wijaya yang sudah selalu mendukung dan mendampingi saya selama penyusunan skripsi.
7. Teman saya Nickolas Valentino, Tan Raymond dan Laurensius Vianney yang telah menemani dan memberi semangat selama penyusunan skripsi.

ABSTRAK

Oleh:

Yohanes Nico Caesario Santoso

NIM : 15.D1.0100

Program Studi Manajemen

Pengaruh *Country of Origin (COO)* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Motors (Studi pada Pengguna Mobil Wuling di Kota Semarang).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *country of origin* dan citra merek dalam benak konsumen, serta bagaimana *country of origin* dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian mobil dari Negara Cina dengan merek Wuling Motors. Dalam penulisan penelitian ini menggunakan teknik penelitian yaitu metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden yang diambil dengan menggunakan *snowball sampling* dan kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *country of origin* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan citra merek berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Country of Origin, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

By :

Yohanes Nico Caesario Santoso

NIM : 15.D1.0100

Management Program

The Effect of Country of Origin (COO) and Brand Image on the Purchasing Decision of Wuling Motors Cars (Study of Wuling Car Users in the City of Semarang).

This study aims to determine how the country of origin and brand image in the minds of consumers, as well as how the country of origin and brand image influence car purchasing decisions from China with the Wuling Motors brand. In writing this research using research techniques, namely quantitative methods. The sample used in this study were 40 respondents taken using snowball sampling and the questionnaire was used as a data collection method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, t test, F test, and the coefficient of determination (R²).

The results of this study indicate that country of origin influences and is significant for purchasing decisions while brand image influences and is not significant for purchasing decisions.

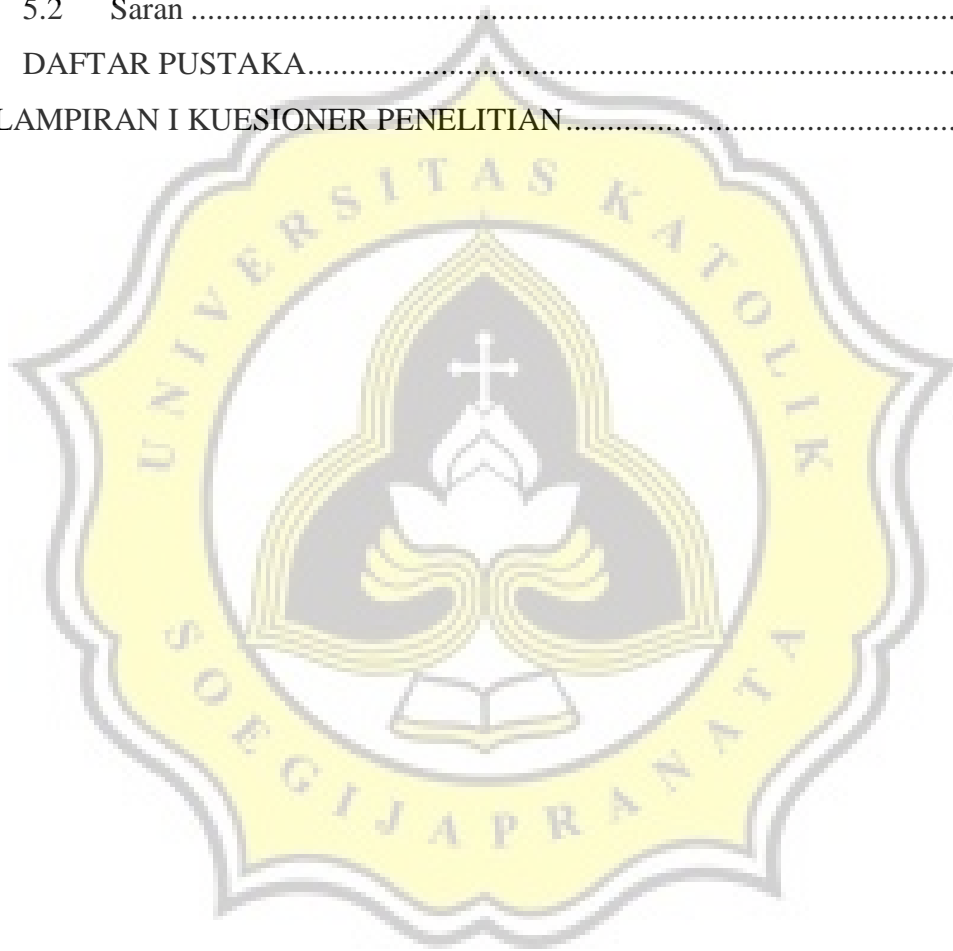
Keywords: Country of Origin, Brand Image, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
2.1 LANDASAN TEORI.....	8
2.1.1 <i>Country of Origin (COO)</i>	8
2.1.2 Citra Merek	12
2.1.3 Keputusan Pembelian	16
2.2 KERANGKA PIKIR PENELITIAN.....	18
2.3 HIPOTESIS	18
2.4 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	19
2.4.1 <i>Country of origin (COO)</i>	19
2.4.2 Citra Merek	19
2.4. 3 Keputusan Pembelian	20

BAB III.....	21
3.1 Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian	21
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	21
3.2.1 Populasi dan Sample	21
3.2.2 Teknik Sampling	22
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3.1 Jenis Sumber Data.....	23
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	24
a. Uji Validitas.....	24
b. Uji Reliabilitas	25
3.3.4 Analisis Deskriptif	26
3.3.5 Teknik Analisis Data.....	27
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	27
b. Uji Hipotesis	28
BAB IV	31
4.1 Deskripsi Responden.....	31
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Usia	31
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir 32	
4.1.3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan penghasilan ...	32
4.1.4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dan penghasilan.....	33
4.1.5 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan pembelian	34
4.1.6. Karakteristik responden berdasarkan Penghasilan dan pembelian..	34
4.1.7. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan pembelian	35
4.1.8. Analisis deskriptif tanggapan responden	36
4.2. Hasil Analisis Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (uji t)	39
4.2.2 Uji F	40

4.2.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	41
4.3	Uji Hipotesa	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	42
BAB V.....		43
PENUTUP		43
5.1	Kesimpulan	43
5.2	Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....		46
LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN		48



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data peringkat penjualan merek mobil dari tahun 2017-2018.....	2
Tabel 3. 1. Hasil Uji Validitas	25
Tabel 3. 2. Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala	27
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Usia	31
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan Terakhir	32
Tabel 4.3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan penghasilan.....	33
Tabel 4.4. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dan penghasilan.....	33
Tabel 4.5. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan pembelian	34
Tabel 4.6. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan dan pembelian.....	35
Tabel 4.7. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan pembelian	35
Tabel 4.8. Deskriptif tanggapan responden tentang <i>Country of Origin</i>	36
Tabel 4.9. Deskriptif tanggapan responden tentang Citra Merek.....	37
Tabel 4.10. Deskriptif tanggapan responden tentang keputusan pembelian	38
Tabel 4.11. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (uji t).....	39
Tabel 4.12. Hasil Uji F.....	40
Tabel 4. 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Pikir Penelitian.....18

