

PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE DECISION*

SAFIRA CITRA FATINA

1707617061



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF COUNTRY OF ORIGIN, PRODUCT QUALITY AND
BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION**

SAFIRA CITRA FATINA

1707617061



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This thesis was written as one of the requirements to obtain a Bachelor's
Degree in education at the Faculty of Economics State University of Jakarta**

BUSINESS EDUCATION

FACULTY ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

SAFIRA CITRA FATINA. Pengaruh *Country of Origin*, *Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Decision*: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh negara asal, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik asal Korea Selatan. Data diperoleh melalui kuisioner secara *purposive sampling* kepada 200 responden pengguna kosmetik asal Korea Selatan di area Jabodetabek. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ menandakan jika negara asal, kualitas produk dan citra merek secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil regresi linier sederhana memperoleh hasil yaitu $\hat{Y} = 13,085 + 0,706X_1$, $\hat{Y} = 14,265 + 0,658X_2$, dan $\hat{Y} = 11,585 + 1,304X_3$. Hasil uji koefisien determinasi negara asal sebesar 50,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji koefisien determinasi kualitas produk sebesar 46,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil uji koefisien determinasi citra merek sebesar 63,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Negara Asal, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACT







SAFIRA CITRA FATINA. *The Effect of Country of Origin, Product Quality and Brand Image on Purchase Decision: Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2021.*

This study aims to determine the effect of country of origin, product quality and brand image on purchase decision of cosmetic products from South Korea. The data was obtained through a purposive sampling questionnaire to 200 respondents using cosmetics from South Korea in the Jabodetabek area. The analysis technique used is simple linear regression with t test results indicating that the country of origin, product quality and brand image partially have a positive and significant effect on purchase decision with a significance value of <0.05 . The analysis of the coefficient of determination on the country of origin variable has an R Square value of 0.507 or 50.7%, which means that the country of origin variable has the ability to explain purchase decision by 50.7% while the remaining 49.3% is influenced by other variables. The product quality variable has an R Square value of 0.465 or 46.5%, which means that the product quality variable has the ability to explain purchase decision of 46.5%, the rest is influenced by other variables. The brand image variable has an R Square value of 0.631 or 63.1%, which means that the brand image variable has the ability to explain purchase decision of 63.1% while the remaining 36.9% is influenced by other variables.

Keywords: Country of Origin, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<p>Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi</p>  <p><u>Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd</u> NIP.197207152001121001</p>			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Corry Yohana, MM NIP 195909181985032011 (Ketua Penguji)		6 Agustus 2021
2	Ryna Parlyna, M.B.A. NIP 197701112008122003 (Penguji 1)		6 Agustus 2021
3	Muhammad Yusuf, SE., M.M. NIP 198906202020121006 (Penguji 2)		5 Agustus 2021
4	Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M. Si NIP 196610302000121001 (Pembimbing 1)		6 Agustus 2021
5	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP 196301191992032001 (Pembimbing 2)		6 Agustus 2021
Nama : Safira Citra Fatina No. Registrasi : 1707617061 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 28 Juli 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Depok, Agustus 2021
Yang membuat pernyataan



Safira Citra Fatina
NIM. 1707617061

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Safira Citra Fatina
NIM : 1707617061
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : safiracitrafatina@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Country of Origin*, *Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Decision*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Agustus 2021

(Safira Citra Fatina)

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Start now. Start where you are. Start with fear. Start with pain. Start with doubt. Start with hands shaking. Start with voice trembling; but start. Start and don’t stop. Start where you are, with what you have. Just start.”

“There’s no dream that you can’t achieve. Every dream can come true. So please don’t think that you can’t do. Try everything.”

(Liu Yangyang)

Skripsi saya persembahkan untuk kedua orang tua dan adik saya yang senantiasa selalu memberikan dukungan, dorongan dan hiburan selama proses penyusunan skripsi. Saya persembahkan juga untuk para sahabat yang sudah menemani selama proses penyusunan skripsi. Terakhir, saya persembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri yang sudah kuat berjuang sejauh ini.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya berupa Kesehatan, kemudahan dan kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Country of Origin, Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Decision*”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat dukungan serta bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu serta pengalamannya selama perkuliahan.
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti kepada saya.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis 2017 khususnya kepada teman-teman terdekat saya yaitu Faiz Al Fajri, Husnun Azizah, Nita, Lilis Srirejeki Aruan, Ajeng Syifaulia Ramadhanti, Firdha Azzahra, Arfani Dwirosa Hendra, Syifa Syafira, Maulidina Dwi Rizky Widiastuti dan Monica Arianti Karlinda.

8. Diri sendiri yang sudah bertahan, berjuang dan bersabar menghadapi segala situasi dan keadaan, *I knew you could do it.*

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan yang positif, baik untuk peneliti maupun untuk pembaca.



Depok, Juli 2021

Safira Citra Fatina

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Latar Belakang Teori	10
2.1.1. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	10
2.1.2. Negara Asal (<i>Country of Origin</i>)	13
2.1.3. Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	15
2.1.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	18
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	39
2.3.1. Kerangka Teori	39
2.3.2. Perumusan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.1.1. Tempat Penelitian	42

3.1.2.	Waktu Penelitian	42
3.2.	Pendekatan Penelitian.....	42
3.2.1.	Metode.....	42
3.2.2.	Konstelasi Pengaruh Antar Variabel	43
3.3.	Populasi dan Sampel	44
3.3.1.	Populasi	44
3.3.2.	Sampel.....	44
3.4.	Penyusunan Instrumen	45
3.4.1.	<i>Purchase Decision</i>	45
3.4.2.	<i>Country of Origin</i>	45
3.4.3.	<i>Product Quality</i>	46
3.4.4.	<i>Brand Image</i>	46
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.	Teknik Analisis Data	49
3.6.1.	Uji Validitas	49
3.6.2.	Uji Reliabilitas	55
3.6.3.	Uji Persyaratan Analisis	56
3.6.4.	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	57
3.6.5.	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	57
3.6.6.	Analisis Koefisien Korelasi.....	58
3.6.7.	Perhitungan Koefisien Determinasi	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1.	Deskripsi Data	60
4.1.1.	Profil Responden.....	60
4.1.2.	Profil Data	61
4.2.	Teknik Analisis Data	74
4.2.1.	Uji Persyaratan Analisis	74
4.2.2.	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	76
4.2.3.	Uji Signifikansi Parsial (uji t)	79
4.2.4.	Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	80
4.2.5.	Perhitungan Koefisien Determinasi	82
4.3.	Pembahasan	83

4.3.1. <i>Country of Origin</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	83
4.3.2. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	84
4.3.3. <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	86
BAB V PENUTUP.....	88
5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Implikasi.....	88
5.3. Keterbatasan Penelitian	89
5.4. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	90
5.5. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	99



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Potensi Indonesia sebagai Pangsa Pasar Kosmetika	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Kosmetik Korea Selatan	2
Gambar 1.3 Pertumbuhan rata-rata tahunan kategori other facial make-up	3
Gambar 1.4 Negara Asal Produk Kecantikan yang Diminati di Indonesia.....	4
Gambar 1.5 Survei merek kosmetik yang dibeli konsumen	4
Gambar 1.6 Alasan memilih produk kosmetik Korea Selatan.....	5
Gambar 2.1 Lima Tahapan Keputusan Pembelian yang Dilalui Konsumen	10
Gambar 2.2 Kerangka Teori.....	41
Gambar 3.1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel	43
Gambar 4.1 Grafik Histogram <i>Purchase Decision</i>	64
Gambar 4.2 Grafik Histogram <i>Country of Origin</i>	67
Gambar 4.3 Grafik Histogram <i>Product Quality</i>	70
Gambar 4.4 Grafik Histogram <i>Brand Image</i>	73



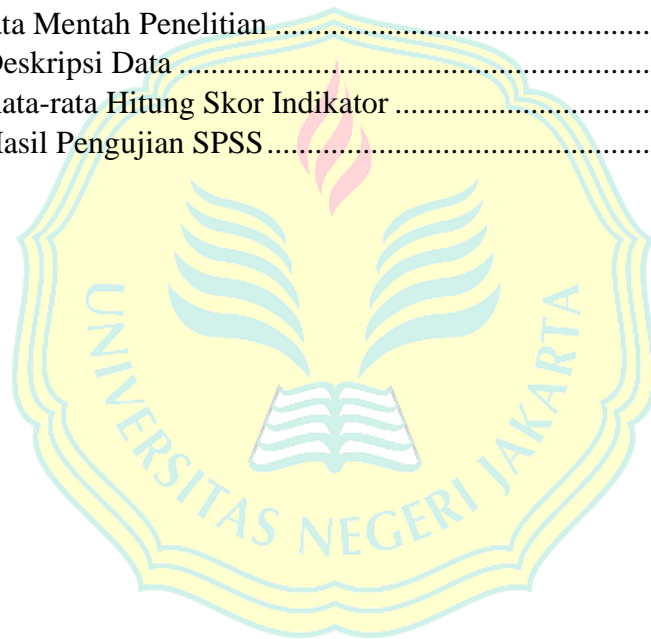
*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	47
Tabel 3.2 Skala Penilaian Instrumen.....	49
Tabel 3.3 Uji Validitas Item <i>Purchase Decision</i>	50
Tabel 3.4 Uji Validitas Item <i>Country of Origin</i>	52
Tabel 3.5 Uji Validitas Item <i>Product Quality</i>	53
Tabel 3.6 Uji Validitas Item <i>Brand Image</i>	54
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas	55
Tabel 3.8 Koefisiensi Korelasi dan Tingkat Hubungan.....	59
Tabel 4.1 Profil Domisili Responden.....	60
Tabel 4.2 Profil Usia Responden	60
Tabel 4.3 Profil Status Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Profil Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.5 Statistika Deskripsi <i>Purchase Decision</i>	62
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi <i>Purchase Decision</i>	63
Tabel 4.7 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Purchase Decision</i>	65
Tabel 4.8 Statistik Deskripsi <i>Country of Origin</i>	66
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi <i>Country of Origin</i>	66
Tabel 4.10 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Country of Origin</i>	68
Tabel 4.11 Statistika Deskripsi <i>Product Quality</i>	69
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi <i>Product Quality</i>	69
Tabel 4.13 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Product Quality</i>	71
Tabel 4.14 Statistika Deskripsi <i>Brand Image</i>	71
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i>	72
Tabel 4.16 Rata-rata Hitung Skor Variabel <i>Brand Image</i>	73
Tabel 4.17 Uji Normalitas.....	74
Tabel 4.18 Uji Linieritas X1 terhadap Y.....	75
Tabel 4.19 Uji Linieritas X2 terhadap Y.....	75
Tabel 4.20 Uji Linieritas X3 terhadap Y.....	76
Tabel 4.21 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana	77
Tabel 4.22 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana	77
Tabel 4.23 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana	78
Tabel 4.24 Hasil Uji Signifikansi Parsial	79
Tabel 4.25 Hasil Uji Signifikansi Parsial.....	79
Tabel 4.26 Hasil Uji Signifikansi Parsial.....	80
Tabel 4.27 Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi	81
Tabel 4.28 Analisis Koefisien <i>Pearson Correlations</i>	81
Tabel 4.29 Koefisien Determinasi <i>Country of Origin</i>	82
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi <i>Product Quality</i>	82
Tabel 4.31 Koefisien Determinasi <i>Brand Image</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiener Survei Awal Keputusan Pembelian	99
Lampiran 2 Instrumen Penelitian	101
Lampiran 3 Kuisiener Uji Coba Penelitian	102
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Country of Origin	108
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i>	109
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	110
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Purchase Decision</i>	111
Lampiran 8 Survei Final.....	112
Lampiran 9 Data Mentah Penelitian	118
Lampiran 10 Deskripsi Data	146
Lampiran 11 Rata-rata Hitung Skor Indikator	150
Lampiran 12 Hasil Pengujian SPSS.....	151



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*