

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, PERSEPSI KUALITAS, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

*THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN, QUALITY PERCEPTION, AND
BRAND IMAGE ON CONSUMEN DECISION MAKING*



oleh :

TINGGAR HARTOMO

20140410013

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

**PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, PERSEPSI KUALITAS, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN, QUALITY PERCEPTION, AND
BRAND IMAGE ON CONSUMEN DECISION MAKING***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

TINGGAR HARTOMO

20140410013

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Tingga Hartomo

NIK : 20140410013

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **"PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, PERSEPSI KUALITAS, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN"** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kecerjaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 18 Januari 2021



Tingga Hartomo

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat, hidayah-Nya dan karunia dari Allah SWT kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH CITRA NEGARA ASAL, PERSEPSI KUALITAS, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”** guna memenuhi salah satu syarat untuk menempuh gelar sarjana (S-1) Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan sehingga tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis didalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Retno Widowati, Dra. M.Si., Ph.D. selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Indah Fatmawati, Dr., SE. M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Badri dan Ibu Zumrah dan Kakak Emi Susanti, Nurul Hidayah dan Mahmudah selaku keluarga yang telah mendukung serta memberikan semangat sehingga tugas akhir ini dapat segera terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Akhir kata, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk memperdalam karya tulis dengan tema ini.

Yogyakarta, 18 Januari 2021



Tinggar Hartomo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Pengembangan Hipotesis	16
D. Model Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Desain Penelitian	20
B. Objek/Responden Penelitian	20
C. Jenis Data.....	20
D. Teknik Pengambilan Sampel	21
E. Teknik Pengumpulan Data	22
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
G. Uji Kualitas Instrumen	26
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	31
B. Pengujian Kualitas Instrumen.....	33
C. Proses Analisis Data	35
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	44

BAB V SIMPULAN. DAN SARAN PENELITIAN.....	51
A. Simpulan.....	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Fase 2 2017	3
Tabel 1. 2 Penjualan Bersih	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	25
Tabel 3. 2 Ringkasan Goodness of Fit	30
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	31
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4. 3 Uji Normalitas Data	38
Tabel 4. 4 Pengujian Normalitas Outliers.....	39
Tabel 4. 5 Computation of degrees of freedom (Default model)	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Goodness-of-fit Indeks	40
Tabel 4. 7 Hubungan Antar Variabel	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model penelitian	19
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	35
Gambar 4. 2 Model Penelitian Output AMOS.....	36
Gambar 4. 3 Nilai Pengaruh Langsung Antar Variabel	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.....	56
---------------	----