

**EFEK MODERASI ASOSIASI NEGARA MENURUT KATEGORI PRODUK
PADA PENGARUH PERSEPSI NEGARA ASAL TERHADAP ELEMEN
EKUITAS MEREK**

***MODERATING EFFECT OF COUNTRY ASSOCIATIONS BY PRODUCT
CATEGORY ON THE EFFECT OF COUNTRY OF ORIGIN PERCEPTION ON
BRAND EQUITY ELEMENTS***

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Septian Ilham Ridho Gumilang

20160410149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

**EFEK MODERASI ASOSIASI NEGARA MENURUT KATEGORI PRODUK
PADA PENGARUH PERSEPSI NEGARA ASAL TERHADAP ELEMEN
EKUITAS MEREK**

***MODERATING EFFECT OF COUNTRY ASSOCIATIONS BY PRODUCT
CATEGORY ON THE EFFECT OF COUNTRY OF ORIGIN PERCEPTION ON
BRAND EQUITY ELEMENTS***

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Septian Ilham Ridho Gumilang

20160410149

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

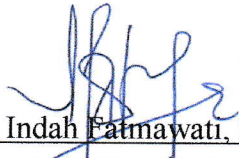
**EFEK MODERASI ASOSIASI NEGARA MENURUT KATEGORI
PRODUK PADA PENGARUH PERSEPSI NEGARA ASAL TERHADAP
ELEMEN EKUITAS MEREK**

***MODERATING EFFECT OF COUNTRY ASSOCIATIONS BY PRODUCT
CATEGORY ON THE EFFECT OF COUNTRY OF ORIGIN PERCEPTION
ON BRAND EQUITY ELEMENTS***



Telah Disetujui

Dosen Pembimbing


Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si.
NIK. 19690816199303 143 029

Yogyakarta, 12 Juni 2021

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat serta anugerah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Orangtua tercinta, yaitu Bapak Mulyanto dan Ibu Waluyani. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa yang selalu dipanjatkan dan dukungan yang selalu diberikan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Adik tersayang, Abid Jannatan Ridho dan Fadya Chalifa Jannati, yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Indah Fatmawati, selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dan membantu dengan sabar.
4. Teman-teman seperjuangan selama kuliah. Ardiansyah, Agung, Olga, Chandra, Anugrah, Hamdan, Fendy, Bayu, dan Krisma yang tidak henti memberikan motivasi menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat tercinta, Saka, Rama, Yusuf, Doni, Ajik, Muchtar, Budwi, Alfian, Venca yang selalu memberikan semangat.
6. Diri saya sendiri, yang sudah berjuang sampai di titik ini dan terus berusaha dan bersabar menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan Ridho dan Rahmat-Nya serta memberikan kemudahan, kesempatan, kesehatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul **“EFEK MODERASI ASOSIASI NEGARA MENURUT KATEGORI PRODUK PADA PENGARUH PERSEPSI NEGARA ASAL TERHADAP ELEMEN EKUITAS MEREK”**.

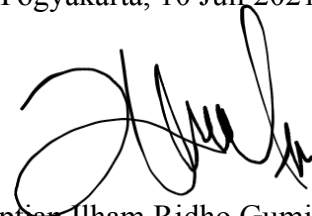
Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.SI., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah banyak

membantu selama proses perkuliahan.

5. Bapak, Ibu, dan adik yang senantiasa memberikan doa dan dukungan serta perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, serta semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, 10 Juli 2021



Septian Ilham Ridho Gumilang

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
INTISARI.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xixx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
2.1 Latar Belakang Penelitian	1
2.2 Rumusan masalah.....	13
12.1.1 Pertanyaan Penelitian.....	14
2.3 Tujuan Penelitian.....	14
2.4 Manfaat Penelitian.....	16
12.1.1 Manfaat teoritis	16
22.1.1 Manfaat Praktis	16
BAB II.....	17
KERANGKA TEORI	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Persepsi Negara Asal.....	17
2.1.2 Asosiasi Negara Menurut Kategori Produk	18

2.1.3	Ekuitas Merek	19
2.2	Hubungan Antar Variabel	22
2.2.1	Hubungan Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Kesadaran Merek.....	22
2.2.2	Hubungan Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Asosiasi Merek.....	27
2.2.3	Hubungan Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas	30
2.2.4	Hubungan Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Loyalitas Merek.....	33
2.3	Model Penelitian.....	37
BAB III		39
METODE PENELITIAN.....		39
3.1.	Pendekatan dan Desain Penelitian.....	39
3.2.	Responden dan Setting Penelitian	40
3.3	Metode Penyampelan	40
3.4	Metode Pengumpulan Data	41
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian	42
3.6	Definisi Operasional.....	43
3.7	Pengujian Intstrumen Penelitian.....	45
3.8	Analisis Data	46
BAB IV		49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum APPLE.....	49
4.1.2	Deskripsi Responden Penelitian.....	50
4.2	Pengujian Kualitas Instrumen	51
4.3	Statistik Deskriptif.....	55
4.4	Proses Analisis Data.....	58
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V.....		79

SIMPULAN, KETERBATASAN. DAN SARAN PENELITIAN	79
A. Simpulan	79
B. Keterbatasan Penelitian	82
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Negara dan Produk Terkenal.....	2
Tabel 2. 1 Temuan Riset Sebelumnya Tentang Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Kesadaran Merek.	23
Tabel 2. 2 Temuan Riset Sebelumnya Tentang Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Asosiasi Merek ...	27
Tabel 2. 3 Temuan Riset Sebelumnya Tentang Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas	31
Tabel 2. 4 Temuan Riset Sebelumnya Tentang Moderasi Asosiasi Negara menurut Kategori Produk Pada Pengaruh Persepsi Negara Asal Terhadap Loyalitas Merek..	34
Tabel 3. 1 Definsi Operasional.....	43
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Country of Origin</i>	55
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Category Country Associations</i>	56
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	56
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Associations</i>	57
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	57
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	58
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Data	62
Tabel 4. 10 Pengujian Normalitas Outliers.....	66
Tabel 4. 11 Computation of degrees of freedom (Default model).....	67
Tabel 4. 12 Menilai Goodness-of-fit Indeks	67
Tabel 4. 13 Hubungan Antar Variabel	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Market Share</i> Indonesia	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 4. 1 Diagram Jalur.....	59
Gambar 4. 2 Model Penelitian Output AMOS.....	60
Gambar 4. 3 Direct Effect Variabel	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	94
Lampiran 3 Uji Kualitas Instrumen	105
Lampiran 4 Uji Statistik Deskriptif.....	107
Lampiran 5 Model Struktural.....	110
Lampiran 6 Uji Normalitas	111
Lampiran 7 Uji Outliers	113
Lampiran 8 Degrees of Freedom.....	116
Lampiran 9 Model Fit	117
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	118