

ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN (COO)*, *BRAND IMAGE*, DAN  
*PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* KONSUMEN  
*SMARTPHONE* OPPO DI BANDAR LAMPUNG

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Setiawan Wijaya

1312110277

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI  
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA  
BANDAR LAMPUNG  
2017

**ANALISIS PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, DAN  
PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION  
SMARTPHONE OPPO DI BANDAR LAMPUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

**SARJANA EKONOMI**

Pada Jurusan Manajemen

**Disusun Oleh:**

**Setiawan Wijaya**

**1312110277**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI  
INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA  
BANDAR LAMPUNG  
2017**



## **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dibaca dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan bertanggung jawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, September 2017

**SETIAWAN WIJAYA**  
**NPM 1312110277**

## HALAMAN PERSETUJUAN

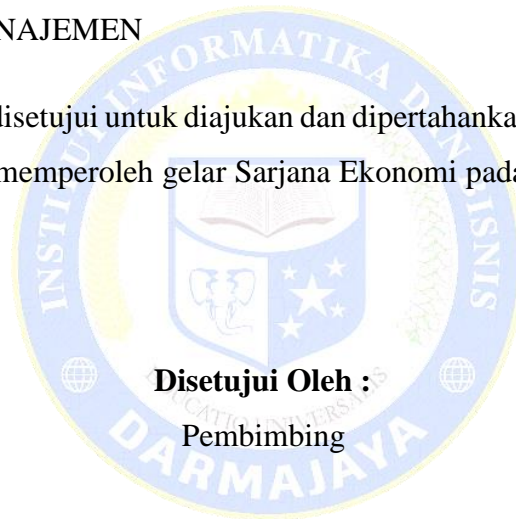
JUDUL : ANALISIS PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION SMARTPHONE OPPO DI BANDAR LAMPUNG

NAMA : SETIAWAN WIJAYA

NPM : 1312110277

JURUSAN : MANAJEMEN

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen IIB Darmajaya.



**Muhamad Ariza Eka Yusendra, S.P., M.M.**

**NIK.12990313**

Ketua Jurusan,

**Aswin, S.E., M.M.**

**NIK. 10190605**

## HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal Agustus 2017 telah diselenggarakan sidang skripsi dengan judul: ANALISIS PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION SMARTPHONE OPPO DI BANDAR LAMPUNG. Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA bagi mahasiswa :

**Nama : SETIAWAN WIJAYA**

**NPM : 1312110277**

**Jurusan : MANAJEMEN**

Dan telah dinyatakan **Lulus** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

<b>Nama</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. <b>Herlina, S.E., M.M.</b>	Ketua Sidang	_____
2. <b>Novita Sari, S.Sos., M.M.</b>	Anggota	_____

Dekan Fakultas Bisnis & Ekonomi,  
IIB Darmajaya

**Dr. Anuar Sanusi, S.E., M.Si**  
**NIK. 30010203**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Setiawan Wijaya, dilahirkan di Metro, Lampung pada tanggal 22 November 1995. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara yang merupakan buah kasih pernikahan antara Bapak Eddy Dharmawiguna dan Ibu Wahyuni.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah :

1. Sekolah Dasar Negeri 2 Utama Agung, Lampung Tengah diselesaikan pada tahun 2007
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 2 Metro diselesaikan pada tahun 2010
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Kartikatama Metro diselesaikan pada tahun 2013
4. Pada Tahun 2013, penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Jurusan Manajemen di Perguruan Tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Pada tahun 2016 penulis mengikuti kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Kandang Besi, Kecamatan Kota Agung Barat, Kabupaten Tanggamus sebagai syarat penulisan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dan syarat mengambil skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen di Perguruan Tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung.

## PRAKATA

*Alhamdulillah* *rabbi'l'alamin*, segala puji syukur penulis panjatkan doa kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION SMARTPHONE OPPO DI BANDAR LAMPUNG**”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi IIB Darmajaya.

Penulis masih menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu kritik dan saran yang membangun dibutuhkan dari semua pihak agar dapat lebih baik lagi kedepannya. Pada penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, dukungan serta arahan dari berbagai pihak sehingga dalam proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Kedua orang tuaku, Ayahanda Eddy Dharmawiguna dan Ibunda Wahyuni yang selama ini tanpa henti memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi S1 Manajemen di IIB Darmajaya hingga akhir,
2. Kedua adikku, Andrian Wijaya dan Ferdinan Wijaya, yang selama ini menjadi penyemangat untuk menjadi sosok kakak yang dapat membanggakan untuk adik-adiknya,
3. Bapak Muhamad Ariza Eka Yusendra, S.P., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah bersabar dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya,
4. Bapak M. Rafiq, S.E., M.M., selaku Dosen Pembahas 1 yang telah memberikan saran dan kritik yang sangat membantu skripsi ini menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya,

5. Ibu Niken Paramita Sari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembahas 2 yang juga telah memberikan saran dan kritik yang sangat membantu skripsi ini menjadi lebih baik dari sebelumnya,
6. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi IIB Darmajaya yang selama ini penuh dedikasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis, serta Staf dan Karyawan IIB Darmajaya yang telah memberikan kontribusi dalam proses yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir,
7. Teman-teman seperjuangan yang juga sedang dalam proses menyelesaikan skripsi, Andre, M.Wiryatmaja, Suhardi .Z, Yuki Utama, Muhammad Syarif, Deni Saputra, Lusi Agustina Robuka, Diah Putri Anantami, dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu,
8. Teman-teman PKPM (Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat), Yuki Utama, Prana Wijaya, Dwiki Baskoro, Kristian Daniel, Erwindo, Reski Gustaria, Edwin, Lisa, Okta Eka Wijaya, yang telah bersama-sama menyelesaikan program PKPM selama 1 bulan.
9. Teman-teman satu kontrakan, Arizal Tri Setiawan, Gusti Tito Valiandra, Tyas Syahda, Muhammad Ridho, S.H., yang sedari awal perkuliahan telah bersama-sama menempuh perkuliahan hingga akhir perkuliahan,
10. Terima kasih kepada segenap keluarga besar dan alumni Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Bahasa, yang selama ini telah memberikan ilmu, dukungan, doa, inspirasi serta wawasan yang sangat berarti,
11. Terima kasih untuk Gestin Nandasari, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan memberikan dukungan serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini,



## MOTTO

*Always be professional, whatever, whoever, whenever,  
wherever, and however you are*

**ABSTRAK**  
**ANALISIS PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, DAN  
PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION  
SMARTPHONE OPPO DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**  
**Setiawan Wijaya**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah negara asal (*country of origin*), citra merek (*brand image*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (*purchase intention*) *smartphone* Oppo di Bandar Lampung. Kuesioner dengan 20 *item* pernyataan disebarikan secara online kepada 200 responden pengguna *smartphone* di Bandar Lampung, sehingga penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Berdasarkan hasil olah data, diperoleh hasil bahwa variabel negara asal (*country of origin*), citra merek (*brand image*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (*purchase intention*) *smartphone* Oppo di Bandar Lampung. Dan diperoleh kesimpulan bahwa konsumen saat ini memiliki persepsi yang positif terhadap citra negara China sebagai negara asal *smartphone* merek Oppo, sehingga berpengaruh terhadap *brand image* perusahaan itu sendiri, maupun *perceived quality* produk yang dihasilkan, yang pada akhirnya mempengaruhi minat beli (*purchase intention*) konsumen terhadap *smartphone* Oppo.

**Kata Kunci:** *Country of Origin, Brand Image, Perceived Quality, Purchase Intention, Smartphone Oppo, Structural Equation Modeling.*

**ABSTRACT**  
**ANALYSIS OF EFFECT OF COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE,  
AND QUALITY PERCEPTION ON OPPO SMARTPHONE PURCHASE  
INTENTION IN BANDAR LAMPUNG**

**By**  
**Setiawan Wijaya**

The objective of this research was to prove the effect of the country of origin, brand image and perceived quality positively on the smartphone *Oppo* purchase intention in Bandar Lampung. Data collecting technique used in this research was questionnaires with 20 items. The population of this research was 200 users using smartphones in Bandar Lampung. Sampling technique used in this research was convenience sampling. Data analysis technique used in this research was Structural Equation Modeling (SEM). The result of this research showed that the country of origin, the brand image, and the perceived price positively affected the consumer the *Oppo* smartphone purchase intention. Conclusion of this research was that the current consumers had a positive perception on the Chinese brand image as the country of origin so that it affected the company brand image and the perceived quality which eventually affected the *Oppo* smartphones purchase intention.

**Keywords: Country of Origin, Brand Image, Perceived Quality, Purchase  
Intention, *Oppo* Smartphone, Structural Equation Modeling**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
Bab 1   Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
Bab 2   Landasan Teori .....	13
2.1 Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.1 Konsep Inti Pemasaran .....	14
2.2 Negara Asal ( <i>Country of Origin</i> ) .....	18
2.3 Dampak <i>Country of Origin</i> .....	21
2.4 Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	23
2.5 Minat Beli ( <i>Purchase Intention</i> ).....	24
2.6 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	26
2.7 Kerangka Pemikiran .....	27

	2.8 Hipotesis .....	30
Bab 3	Metodologi Penelitian.....	31
	3.1 Jenis Penelitian .....	31
	3.2 Sumber Data .....	31
	3.2.1 Data Primer.....	31
	3.2.2 Data Sekunder .....	32
	3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
	3.5.1 Kuesioner.....	32
	3.5.2 Dokumentasi.....	33
	3.6 Populasi dan Sampel .....	33
	3.6.1 Populasi .....	33
	3.6.2 Sampel .....	34
	3.6.3 Ukuran Sampel .....	34
	3.7 Variabel Penelitian.....	35
	3.7.1 Variabel Independen.....	35
	3.7.2 Variabel Dependen .....	35
	3.8 Definisi Operasional Variabel .....	35
	3.9 Uji Persyaratan Instrumen .....	37
	3.9.1 Uji Validitas .....	37
	3.9.2 Uji Reliabilitas.....	38
	3.10 Metode Analisis Data .....	38
	3.10.1 Analisis SEM.....	39
	3.10.1.1 Uji Kecocokan Model.....	40
Bab 4	Hasil dan Pembahasan .....	46
	4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
	4.2 Karakteristik Responden .....	47
	4.3 Hasil Uji Kecocokan Model .....	48
	4.4 Interpretasi Model Penelitian .....	49
	4.5 Pengujian Hipotesis .....	53
	4.5.1 Pengujian Hipotesis 1 .....	53
	4.5.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	54
	4.5.3 Pengujian Hipotesis 3 .....	54

4.5.4	Pengujian Hipotesis 4 .....	55
4.5.5	Pengujian Hipotesis 5 .....	56
4.5.6	Pengujian Hipotesis 6 .....	57
Bab 5	Kesimpulan dan Saran .....	59
5.1	Kesimpulan .....	59
5.2	Saran .....	60
	DAFTAR PUSTAKA .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Five Smartphone Vendors, Year-Over-Year Growth 2016Q1 .....	3
Tabel 2. Perbandingan Oppo F1s (2017) dan Samsung A3 (2017) .....	4
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
Tabel 5. Karakteristik Responden Pengguna Smartphone Oppo di Bandar Lampung.....	48
Tabel 6. Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	49
Tabel 7. <i>Standardized Regression Weight</i> .....	51
Tabel 8. Penghitungan Jumlah <i>Factor Loading</i> .....	52
Tabel 9. Penghitungan Kesalahan Error ( <i>Measurement Error</i> ).....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Smartphone user penetration (% of population) in Indoensia 2012-2014 .....	2
Gambar 2. Market share smartphone di Indoensia Q3 2016.....	3
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. Model penelitian yang sudah memenuhi kriteria <i>goodness of fit</i> .....	50



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Output AMOS 21.0