



PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA KUDUS

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

DYAH PRAHESTI

NIM 2015-11-001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK *SMARTPHONE SAMSUNG* DI KOTA KUDUS

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE, MM
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM
NIDN. 0615076301

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus




Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM
NIDN 0618066201

Pembimbing II



Agung Subono, SE, M.Si
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Percaya diri itu penting, rendah hati juga penting dan punya niatlah yang terpenting. Namun ada yang jauh lebih penting yaitu berusaha dan berdoa. Jika kita punya keinginan dengan segala kekurangan jangan berkecil hati. Sebab, jika Allah sudah berkehendak tidak ada yang tidak mungkin”

(Nailis Su’udah)

“Bila rasa dan kata sulit tersampaikan, sampaikanlah dalam bentuk do’a”

“Hidup tidak selalu tentang siapa yang terbaik, tetapi siapa yang ingin berbuat baik”

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Allah SWT atas segala rahmat dan ridho-Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik, sungguh Engkaulah sebaik-baiknya Pemberi Petunjuk.
2. Subkhan (bapak) dan Usrifah (ibu) tercinta yang selalu bekerja keras dan memberikan do'a tiada henti demi kelancaran setiap langkah yang saya tempuh. Untuk segala kasih sayang, serta dukungan moral dan materil yang selalu diberikan, semoga gelar pertama anakmu dapat membuat kalian bangga.
3. Adik saya Fella Sufah yang selalu menjadi penyemangat saya untuk melangkah lebih maju kedepan lagi.
4. Seseorang yang sealalu memberikan semangat kepada saya. Terimakasih.
5. Sahabat saya Lina Hilmia yang selalu menemani saya sejak semester awal.
6. Sahabat-sahabat saya yang selalu menyemangati saya Indah Andri Susanti, Fifta Hikasari dan Yunita Khoirunnisa'.
7. Teman-teman saya yang membantu dalam pengerjaan skripsi ini Aulia Oktasari, Zainur Romadhonn, Noor Faizah, dan Octaviany.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2015 yang membagi ilmu dan pengalamannya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Country of Origin Electronic Word of Mouth*, Citra Merek dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Smartphone* Samsung di Kota Kudus”** ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini antara lain :

1. Dr. H. Suparno, SH, MS., selaku rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK., selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan banyak memberi masukan, koreksi serta arahan agar skripsi ini lebih baik lagi.

5. Agung Subomo, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan banyak memberi masukan, koreksi serta arahan agar skripsi ini lebih baik lagi.
6. Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Karyawan/Admin Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memeberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan yang sangat berguna.
7. Seluruh responden penelitian ini yang telah membantu penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Namun demikian, merupakan harapan besar bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat.

Kudus, 8 Desember 2019

Penulis

Dyah Prahesti
NIM. 201511001

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA KUDUS**

Dyah Prahesti
NIM. 201511001

Pembimbing : 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM
2. Agung Subono, SE, M.Si

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *contry of origin*, *electronic word of mouth*, citra merek dan desain produk terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung secara pararel dan simultan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen pengguna dan yang tertarik dengan *smartphone* Samsung yang berjumlah 100 responden dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data variabel dengan menggunakan metode angket atau kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *country of origin* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung. *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung. Citra merek tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung. Desain produk tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung. *Country of origin*, *electronic word of mouth*, citra merek dan desain produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen *smartphone* Samsung.

Kata Kunci : *Country of Origin*, *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, Desain Produk dan Minat Beli.

***EFFECT OF COUNTRY OR OFIGIN, ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
BRAND IMAGE AND PRODUCT DESIGN ON CONSUMER PURCHASE
INTENTION OF SAMSUNG SMARTPHONES PRODUCTS***

Dyah Prahesti
NIM 201511001

Lecturer : 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM
2. Agung Subono, SE, M.Si

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY ECONOMCS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of country of origin, electronic word of mouth, brand image and product design on consumer purchase intention of Samsung smartphones products partially and simultaneously. The approach used in this study is a quantitative approach. Samples are consumer users and those interested in Samsung smartphone, amounting to 100 respondents and sampling using purposive sampling. Variable data collection techniques using questionnaire or questionnaire. The data analysis technique uses multiple regression analysis, t test, F test and coefficient of determination (R^2). The results showed that country of origin had a positive effect on consumer purchase intention of Samsung smartphones. Electronic word of mouth do not have a positive effect on consumer purchase intention of Samsung smartphones. Brand image do not have a positive effect on consumer purchase intention of Samsung smartphones. Product design do not have a positive effect on consumer purchase intention of Samsung smartphones. Country of origin, electronic word of mouth, brand image and product design positively influence the consumer purchase intention of Samsung smartphones.

Keywords : ***Country of origin, Electronic word of mouth, Brand image, Product design, Purchase intention***

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Country of Origin</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>Country of Origin</i>	11
2.1.2 Karakteristik <i>Country of Origin</i>	13
2.1.3 Pengukuran <i>Country of Origin</i>	14
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi <i>Country of Origin</i>	15
2.1.5 Indikator <i>Country of Origin</i>	16
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.2.1 Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.2.2 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	18
2.3 Citra Merek	20
2.3.1 Pengertian Citra Merek	20
2.3.2 Makna dan Tipe Merek	21
2.3.3 Manfaat Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	22
2.3.4 Karakteristik Merek	24
2.4 Desain Produk	25
2.4.1 Pengertian Desain Produk	25
2.4.2 Dasar dan Tujuan Desain Produk.....	27
2.4.3 Indikator Desain Produk	28
2.5 Minat Beli	30
2.5.1 Pengertian Minat Beli	30
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Beli..	33

2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
2.7 Hubungan Antar Variabel	39
2.7.1 Hubungan <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli	39
2.7.2 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli ..	40
2.7.3 Hubungan Citra Merek terhadap Minat Beli.....	41
2.7.4 Hubungan Desain Produk terhadap Minat Beli	42
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
2.9 Hipotesis.....	44

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2 Variabel Penelitian	46
3.2.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	46
3.2.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	47
3.3 Definisi Operasional.....	47
3.3.1 <i>Country of Origin</i> (X1)	47
3.3.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2).....	48
3.3.3 Citra Merek (X3).....	49
3.3.4 Desain Produk (X4).....	49
3.3.5 Minat Beli (Y)	50
3.4 Jenis dan Sumber Data	51
3.5 Populasi dan Sampel	51

	Halaman
3.5.1 Populasi.....	51
3.5.2 Sampel.....	52
3.6 Pengumpulan Data	53
3.7 Pengolahan Data.....	53
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.8.1 Uji Validitas	55
3.8.2 Uji Reliabilitas	59
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.9.1 Uji Multikolinieritas.....	61
3.9.2 Uji Heterokedastisitas	61
3.9.3 Uji Normalitas.....	62
3.10 Analisis Data	63
3.10.1 Analisis Deskriptif	63
3.10.2 Analisis Regresi Berganda.....	63
3.10.3 Uji Hipotesis Berganda (Uji t)	64
3.10.4 Uji Hipotesis Berganda (Uji F)	65
3.10.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum <i>Smartphone</i> Samsung.....	68
4.2 Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	69
4.2.1 <i>Country of Origin</i>	69

	Halaman
4.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	70
4.2.3 Citra Merek	71
4.2.4 Desain Produk	72
4.2.5 Minat Beli	73
4.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.3.1 Uji Multikolinieritas	74
4.3.2 Uji Heterokedastisitas	76
4.3.3 Uji Normalitas.....	76
4.4 Hasil Analisis Statistik	78
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.4.2 Uji t	80
4.4.3 Uji Statistik F	82
4.4.4 Koefisien Determinasi.....	83
4.5 Pembahasan.....	85
4.5.1 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Minat Beli.....	85
4.5.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli ...	86
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	88
4.5.4 Pengaruh Desain Produk terhdap Minat Beli.....	90
4.5.5 Pengaruh <i>Country of Origin, Electronic Word of Mouth, Citra</i> Merek dan Desain Produk terhadap Minat Beli.....	91

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

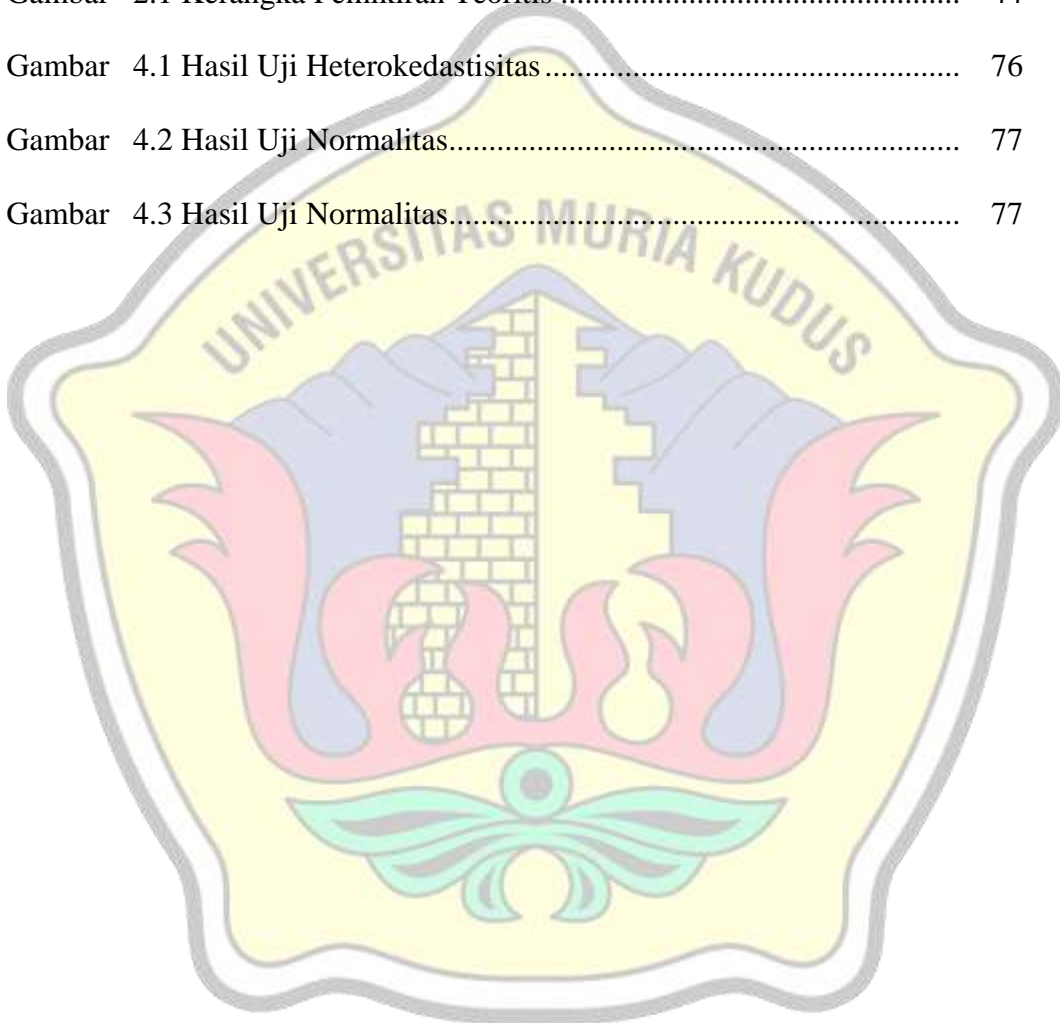


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Smartphone</i> Tahun 2018.....	3
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.6 Hasil Instrumen Validitas.....	60
Tabel 4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
Tabel 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	71
Tabel 4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	72
Tabel 4.4 Deskripsi Hasil Penelitian.....	73
Tabel 4.5 Deskripsi Hasil Penelitian.....	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Regresi	78
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik F.....	83
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna <i>Smartphone</i> Aktif di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	76
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuisisioner
Lampiran	2	Tabulasi <i>Try Out</i> Kuisisioner X1-X3
Lampiran	3	Tabulasi <i>Try Out</i> Kuisisioner X4-Y
Lampiran	4	Hasil Uji Instrumen X1
Lampiran	5	Hasil Uji Instrumen X2
Lampiran	6	Hasil Uji Instrumen X3
Lampiran	7	Hasil Uji Instrumen X4
Lampiran	8	Hasil Uji Instrumen Y
Lampiran	9	Tabulasi Kuisisioner X1-X3
Lampiran	10	Tabulasi Kuisisioner X4-Y
Lampiran	11	Hasil Uji Multikolinieritas
Lampiran	12	Hasil Uji Heterokedastisitas
Lampiran	13	Hasil Uji Normalitas
Lampiran	14	Hasil Ananlisis Regresi Berganda
Lampiran	15	Hasil Uji t
Lampiran	16	Hasil Uji Statistik F
Lampiran	17	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Lampiran	18	Tabel r
Lampiran	19	Tabel t
Lampiran	20	Tabel F