

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE*, *BRAND IMAGE*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *INNISFREE* DI MALL KELAPA GADING
JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama: Sellinnia Nayumi

NIM: 24160082

Skripsi

Dijadikan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JUNI 2020

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

**PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN IMAGE, BRAND IMAGE, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK INNISFREE DI MALL KELAPA GADING
JAKARTA UTARA**

Diajukan Oleh:

Nama: Sellinnia Nayumi

NIM: 24160082

Jakarta, 9 Juni 2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Sellinnia Nayumi / 24160082 / 2020 / Pengaruh *Country of Origin Image, Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing: Ir. Tumpal J. R Sitinjak, M.M.

Pada era globalisasi sekarang ini, pertukaran pandangan dunia antar negara baik dari aspek produk, teknologi, gaya hidup, dan aspek kebudayaan menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindarkan. Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi yang pesat memberikan kemudahan pada setiap orang untuk memperoleh informasi terutama mengenai bidang kecantikan. Industri kecantikan saat ini sedang berkembang pesat yang mana beberapa tahun belakangan ini arus budaya Korea menjadi sebuah *trend* di berbagai negara termasuk Indonesia. Sehingga, menyebabkan perubahan pandangan dan minat konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian produk kecantikan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh *Country of Origin Image, Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.

Penelitian ini menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan *Country of Origin Image, Brand Image*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian dan setiap variabel diukur melalui teori terdahulu yang mendukung penelitian ini. Terdapat 7 indikator pengukuran untuk mengukur *Country of Origin Image*, 4 Indikator pengukuran untuk *Brand Image*, 7 indikator pengukuran untuk Kualitas Produk dan 4 indikator pengukuran untuk Keputusan Pembelian.

Objek penelitian ini adalah *Innisfree* Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Teknik pengambilan sampelnya adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan *judgment sampling* dan menggunakan 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis deksriptif, analisis regresi ganda dan uji asumsi klasik.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Country of Origin Image, Brand Image*, dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. dengan demikian dapat dinyatakan semakin baik *Country of Origin Image, Brand Image*, dan Kualitas Produk dari suatu produk maka semakin tinggi tingkat pengambilan Keputusan Pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Country of Origin Image, Brand Image*, dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk *Innisfree* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Dengan variabel *brand image* yang memiliki pengaruh lebih besar di bandingkan *country of origin* dan kualitas produk.

Hak Cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. © Hak Cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Sellinnia Nayumi / 24160082 / 2020 / *The Effect of Country of Origin Image, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions of Innisfree Products at Kelapa Gading Mall North Jakarta* / Advisor: Ir. Tumpal J. R Sitinjak, M.M.

In the current era of globalization, the exchange of world views between countries in terms of products, technology, lifestyle, and cultural aspects becomes something that cannot be avoided. With the rapid development of communication technology makes it easy for everyone to obtain information, especially about the field of beauty. The beauty industry is currently developing rapidly which in recent years the flow of Korean culture has become a trend in various countries including Indonesia. Thus, causing changes in the views and interests of consumers towards the decision to purchase beauty products. Therefore, this research will examine the effect of Country of Origin Image, Brand Image, and Product Quality on Purchasing Decisions of Innisfree Products at Kelapa Gading Mall North Jakarta.

This study uses theories related to Country of Origin Image, Brand Image, Product Quality and Purchasing Decisions and each variable is measured through previous theories that support this research. There are 7 measurement indicators to measure Country of Origin Image, 4 measurement indicators for Brand Image, 7 measurement indicators for Product Quality and 4 measurement indicators for Purchasing Decisions.

The object of this research is Innisfree Kelapa Gading Mall, North Jakarta. The sampling technique is non-probability sampling using judgment sampling and using 100 samples. Data analysis techniques use the validity and reliability test, descriptive analysis, multiple regression analysis and the classical assumption test

The result of analysis shows that Country of Origin Image, Brand Image, and Product Quality have a positive effect on Purchasing Decisions. thus it can be stated the better the Country of Origin Image, Brand Image, and Product Quality of a product, the higher the level of Purchasing Decision making.

The conclusion of this research is Country of Origin Image, Brand Image, and Product Quality has a positive influence on the Purchasing Decision of Innisfree products at Kelapa Gading Mall North Jakarta. With brand image variables that have a greater influence compared to country of origin and product quality.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi, baik berupa bimbingan, nasihat, petunjuk maupun dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis khususnya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan saya bimbingan, arahan dan nasihat yang membangun serta senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalankan proses perkuliahan.
3. Para staf perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business yang telah membantu penulis dalam mencari sumber-sumber penulisan untuk skripsi ini.
4. Kedua orang tua penulis yang mana selalu memberikan semangat dan doa serta saran-saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Jessen dan Jessica yang selalu menyemangati dan membantu penulis dengan memberikan bantuan dalam mencetak hasil-hasil skripsi yang disusun.
6. Karin, Stevani, Michael dan teman-teman selama kuliah lainnya yang telah berjuang bersama baik sejak awal kuliah sampai sekarang ini
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama ini.





Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menjadi masukan bagi penulis untuk di kemudian hari. Demikian skripsi ini dibuat, semoga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak terutama pembaca.

Jakarta, 9 Juni 2020

Sellinnia Nayumi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian.....	7
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
1. <i>Country of Origin Image</i>	10
a. Pengertian <i>Country of Origin Image</i>	10
b. <i>Country of origin effect</i>	11
c. Komponen Utama <i>Country of Origin</i>	13
d. Indikator <i>Country of Origin image</i>	13
2. Citra merek.....	14
a. Pengertian Merek	14





b.	Peran Merek	16
c.	Definisi citra merek.....	16
d.	Komponen Citra Merek.....	17
3	Kualitas Produk.....	17
a.	Pengertian Produk	17
b.	Pengertian Kualitas	18
c.	Pengertian Kualitas Produk.....	19
d.	Dimensi Kualitas Produk	20
4	Keputusan Pembelian.....	20
a.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
b.	Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian.....	21
c.	Indikator Keputusan Pembelian	23
B.	Penelitian Terdahulu.....	23
C.	Kerangka Pemikiran	26
D.	Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
A.	Objek Penelitian	29
B.	Desain Penelitian	29
C.	Variabel Penelitian	30
D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
E.	Teknik Pengumpulan Data	34
F.	Teknik Analisis Data	35
1	Uji Validitas	35
2	Uji Reliabilitas	35
3	Analisis Deskriptif	35
a.	Rata-rata hitung (<i>mean</i>).....	35
b.	Rentang skala	35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.	Analisis Regresi Linier	36
a.	Persamaan regresi.....	36
b.	Uji Asumsi Klasik	37
1)	Uji Normalitas	37
2)	Uji Heteroskedastisitas	38
3)	Uji Otokorelasi	38
4)	Uji Multikolinearitas.....	39
c.	Uji Kesesuaian Model (Uji F)	39
d.	Uji Koefisien Regresi (Uji t)	40
	BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
B.	Hasil Penelitian.....	43
1)	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
2)	Analisis Deskriptif	45
3)	Analisis Regresi	49
a.	Persamaan Regresi Estimasi.....	49
b.	Uji Asumsi Klasik	50
1)	Uji Normalitas	50
2)	Uji Heteroskedastisitas	50
3)	Uji Otokorelasi	51
4)	Uji Multikolinearitas.....	51
c.	Uji Kesesuaian Model (Uji F)	52
d.	Uji Koefisien Regresi (Uji t)	53
C.	Pembahasan	54
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A.	Kesimpulan.....	57
B.	Saran	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	31
Tabel 4.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	43
Tabel 4.2 Rata-rata skor indikator <i>Country of Origin Image</i>	45
Tabel 4.3 Rata-rata skor indikator <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.4 Rata-rata skor indikator Kualitas Produk	46
Tabel 4.5 Rata-rata skor indikator Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.6 Deskripsi Kategori Variabel Berdasarkan Rentang Skala.....	48
Tabel 4.7 Persamaan Regresi.....	49
Tabel 4.8 Uji Normalitas	50
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4.10 Uji Otokorelasi	51
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.12 Uji F.....	52
Tabel 4.13 Uji t.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan rata-rata tahunan kategori <i>other-facial make up</i>	3
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3.1	Tabel Durbin Watson.....	38
Gambar 4.1	Logo <i>Innisfree</i>	42
Gambar 4.2	Store <i>Innisfree</i> di Mall Kelapa Gading.....	42

© Hak Cipta Milik Intelektual (Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	62
Lampiran 2 Jawaban Responden	65
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	69
Lampiran 4 Analisis Deskriptif	71
Lampiran 5 Uji Analisis Regresi Ganda	72
Lampiran 6 Uji Normalitas	72
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	73
Lampiran 8 Uji Otokorelasi	73
Lampiran 9 Uji Multikolinearitas	73
Lampiran 10 Uji F	74
Lampiran 11 Uji t	74

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.