

**PENGARUH NEGARA ASAL DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**MAHESA BACHTIAR MAULANA**

**19012010189/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2023**

**PENGARUH NEGARA ASAL DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-I Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**MAHESA BACHTIAR MAULANA**

**19012010189/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH NEGARA ASAL DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

**Disusun Oleh :**

**MAHESA BACHTIAR MAULANA**

**19012010189/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas**

**Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal : 28 Agustus 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing**

**Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si**

**Dra. Ec. Nuruni Ika K., M.M, CMA**

**NIP. 196508141991032001**

**NIP. 196310091991032001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

28 Agustus 2023

**Dr. Drs. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**

**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Mahesa Bachtiar Maulana  
NPM : 19012010189  
NIK : 3578161506010006  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 27 15 Juni 2001  
Alamat : Jl. Asrama Ampel 4/61, Surabaya  
Judul Skripsi : Pengaruh Negara Asal dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 28 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Mahesa Bachtiar Maulana

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Negara Asal dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung”. Skripsi ini dibuat sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen jurusan Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan oleh beberapa pihak. Saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada orang tua saya yang telah menyertakan doa pada setiap langkah dan perjuangan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Segala bentuk dukungan berupa ucapan semangat dan harapan yang selalu diberikan oleh orang tua, menjadi pondasi yang kuat bagi saya dalam menyelesaikan Skripsi ini ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, dengan rasa hormat sedalam-dalamnya saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Orang tua saya yaitu Bapak Basar Beny dan Ibu Erna Irawati yang turut andil memberikan semangat dan doa kepada saya.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Orang terdekat penulis yaitu Rizky Fitri yang telah memberikan dukungan, dorongan, hingga motivasi secara terus menerus agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan untuk semua teman-teman penulis yang telah ikut membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu namanya.

Akhir kata, saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Surabaya, 27 Maret 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Tinjauan Teori .....	17
2.2.1 Pemasaran .....	17
2.2.2 Negara Asal (Country Of Origin) .....	18
2.2.3 Kesadaran Merek (Brand Awareness) .....	20
2.2.4 Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> ).....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.3.1 Hubungan Negara Asal ( <i>Country of Origin</i> ) terhadap Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> ) .....	23

2.3.2 Hubungan Kesadaran Merek (Brand Awareness) terhadap Keputusan Pembelian (Purchase Decision) .....	23
2.4 Kerangka Konseptual .....	24
2.5 Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
3.1.1 Variabel Independen (X).....	26
3.1.2 Variabel Dependen (Y) .....	29
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	31
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3.1 Jenis Data .....	34
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.3.3 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas. ....	35
3.4.1 Uji Validitas .....	35
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	37
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	37
3.5.2 Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif .....	39
3.5.3 Cara Kerja PLS .....	41



3.5.4 Langkah-langkah PLS.....	43
3.5.5 Asumsi PLS.....	51
3.5.6 Ukuran Sampel.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	67
4.3.1 Evaluasi Outlier.....	67
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	68
4.4 Pembahasan .....	80
4.4.1 Pengaruh Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian .....	80
4.4.2 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>84</b>
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Pengguna <i>Smartphone</i> Indonesia di Atas Usia 5 Tahun .....	2
Tabel 1. 2 Berbagai Merek <i>Smartphone</i> dan Negara Asalnya .....	3
Tabel 1. 3 Top 5 <i>Companies Worldwide Market Share</i> 2021-2022 .....	4
Tabel 1. 4 <i>Top Brand Index</i> .....	4
Tabel 1. 5 Top 5 <i>Market Share Smartphone</i> di Indonesia .....	8
Tabel 1. 6 Penjualan <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	10
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran .....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi .....	56
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Negara Asal .....	58
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Kesadaran Merek .....	62
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4. 7 Outlier Data .....	68
Tabel 4. 8 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) antara dimensi dengan variabel .....	70
Tabel 4. 9 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	71
Tabel 4. 10 Cross Loadings .....	73
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE) .....	74
Tabel 4. 12 Composite Reliability .....	75
Tabel 4. 13 Latent Variable Correlations .....	76

Tabel 4. 14 R Square.....	77
Tabel 4. 15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-VALUE).....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Pengguna <i>Smartphone</i> Terbanyak di Dunia (2022)..	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 3. 1 Model Reflektif .....	40
Gambar 3. 2 Model Formatif .....	41
Gambar 3. 3 Diagram Jalur .....	44
Gambar 4. 1 Outer Model dengan nilai Factor Loading, Path Coefficients dan R-Square.....	69
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikansi T-statistic bootstraping.....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	92
Lampiran 2. Data Identitas Responden dan Tabulasi Data .....	99
<i>Lampiran 3. Tabel Frekuensi dan Hasil Outlier .....</i>	<i>108</i>
Lampiran 4. Hasil Olah Data .....	112

PENGARUH NEGARA ASAL DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

Oleh :

Mahesa Bachtiar Maulana  
19012010189/FEB/EM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari 1) pengaruh negara asal (*country of origin*) terhadap keputusan pembelian (*purchase decision*) ponsel pintar Samsung, 2) pengaruh kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap keputusan pembelian (*purchase decisions*) ponsel pintar Samsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi yang terdiri dari mahasiswa di Surabaya yang mengenal *smartphone* merek Samsung dan pernah atau sedang menggunakan *smartphone* merek tersebut. Sampel penelitian ini sebanyak 105 responden yang ditentukan dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling* atau yang sering disebut *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner melalui *Qr code* yang terhubung dengan *google form* kepada calon responden yang dianggap peneliti dapat menjadi sumber data penelitian. Data yang berhasil terkumpul dianalisis menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci: Keputusan Pembelian; Kesadaran Merek; Negara Asal***