

**PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE COSRX**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

LUQY AIZZATUL FAKHIROH

20012010269/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024

**PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE COSRX**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

LUQY AIZZATUL FAKHIROH

20012010269/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE COSRX**

Diajukan Oleh:

LUQY AIZZATUL FAKHIROH

20012010269 / 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 : 19 Juli 2024

<p>Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis</p>  <p><u>Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.</u> NIP. 196901132021212003</p>	<p>Dosen Pembimbing Utama</p>  <p><u>Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.</u> NIP. 196107121988032001</p>
--	--

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.

NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Luqy Aizzatul Fakhriroh
NPM : 20012010269
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Country Of Origin, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Cosrx

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 19 Juli 2024

Yang Menyatakan



Luqy Aizzatul Fakhriroh

NPM. 20012010269

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan karunia-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam juga penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi teladan bagi kita semua. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Adapun judul yang penulis yaitu:

“Pengaruh *Country of Origin*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Cosrx*”

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Pihak-pihak yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT 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 Dr. Wiwik Handayani, SE,M.Si, selaku koordinator program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah, M.M sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan panduan, masukan, dan saran yang sangat berharga, serta kesabaran dan perhatiannya selama penulisan penelitian ini.
5. Bunda, ayah, adik tercinta yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan, bantuan positif baik secara moril maupun materil, serta doa yang selalu dipanjatkan tak henti-hentinya untuk kelancaran perkuliahan penulis

6. Kepada “*Sang Pendekar*” selaku teman seperjuangan penulis yang selalu bersama-sama dari semester awal hingga penyusunan laporan tugas akhir ini, terima kasih selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, dan selalu mendengarkan keluh kesah.
7. Kepada seluruh teman-teman penulis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semua dukungan dan motivasi serta sudah berteman baik dengan penulis.
8. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri terima kasih untuk segala kerja keras dan kepercayaan diri serta memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun sehingga skripsi ini bisa selesai.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan agar penulis dapat belajar dan memperbaiki diri di masa mendatang.

Gresik, 19 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.2 <i>Country of Origin</i>	19
2.2.2.1 Pengertian <i>Country of Origin</i>	19
2.2.2.2 Model Konsep <i>Country of Origin</i>	20
2.2.2.3 Indikator <i>Country of Origin</i>	21
2.2.3 Citra Merek	22
2.2.3.1 Pengertian Citra Merek	22
2.2.3.2 Keuntungan Citra Merek.....	24
2.2.3.3 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Citra Merek.....	25
2.2.3.4 Indikator Citra Merek.....	26
2.2.4 Kualitas Produk.....	26
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	26
2.2.4.2 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Produk	28

2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk	28
2.2.5 Keputusan Pembelian	29
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.2.5.2 Keuntungan Keputusan Pembelian	30
2.2.5.3 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	31
2.2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1 Pengaruh <i>Country of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4 Kerangka Konseptual	36
2.5 Hipotesis Penelitian	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.1.1 Definisi Operasional	38
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	42
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Jenis Data	44
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	45
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
3.4.1 Uji Validitas	45
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	46
3.5.1 Teknik Analisis	46
3.5.2 Langkah-Langkah PLS	48
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55

4.1.1	Sejarah perkembangan Cosrx	55
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	58
4.2.4	Deskripsi Variabel <i>Country of Origin</i>	59
4.2.5	Deskripsi Variabel Citra Merek	61
4.2.6	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	63
4.2.7	Deskripsi Variabel Keputusan pembelian.....	65
4.3	Analisis Data	67
4.3.1	Interpretasi Hasil PLS	67
4.3.1.1	Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	67
4.3.1.2	Analisi Model PLS.....	71
4.3.1.3	Inner Model (Pengujian Model Struktural)	72
4.3.2	Pengujian Hipotesis	73
4.4	Pembahasan	74
4.4.1	Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
4.4.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB V.....		78
KESIMPULAN DAN SARAN.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Negara produsen skincare favorit.....	2
Tabel 1. 2 Skincare dengan pendapatan penjualan terbesar di e-commerce	3
Tabel 1. 3 Skincare terlaris di e-commerce berdasarkan Market Share	4
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan program studi	58
Tabel 4. 4 Hasil Skor Jawaban Responden Indikator Country Of Origin	59
Tabel 4. 5 Hasil Skor Jawaban Responden Indikator Citra Merek	61
Tabel 4. 6 Hasil Skor Jawaban Responden Indikator Kualitas Produk.....	63
Tabel 4. 7 Hasil Skor Jawaban Responden Indikator Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4. 8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	67
Tabel 4. 9 Averagae Variance Extracted (AVE)	69
Tabel 4. 10 Composite Reliability.....	69
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations.....	70
Tabel 4. 12 R-Square.....	72
Tabel 4. 13 Path Coefficoents (Mean, STDEV, T-Values)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen Mengenai Produk Palsu Cosrx.....	7
Gambar 1. 2 Ulasan konsumen mengenai ketidakcocokan terhadap skincare Cosrx	9
Gambar 1. 3 Review konsumen yang cocok menggunakan skincare Cosrx.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	71

PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE COSRX

Oleh:

LUQY AIZZATUL FAKHIROH

20012010269/FEB/EM

ABSTRAK

Skincare telah berkembang pesat beberapa tahun terakhir, merek *skincare* yang tersedia sangatlah beragam salah satunya Cosrx yang berasal dari Korea Selatan. Korea Selatan dianggap sebagai negara yang sangat inovatif dalam industri kecantikan dan perawatan kulit, dikenal dengan teknologi canggih dan formulasi produk yang efektif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Country of Origin* terhadap keputusan pembelian *skincare* Cosrx, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *skincare* Cosrx, dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *skincare* Cosrx.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Likert dan ditemukan hasil responden sebanyak 90 responden. Metode Purposive Sampling digunakan untuk pengambilan sampel. Pendekatan analisis data menggunakan program PLS (Partial Least Square). Berdasarkan hasil penelitian, country of origin, citra merek, dan kualitas produk semuanya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *skincare* Cosrx.

Kata Kunci: *Country of Origin*; Citra Merek; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.