

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN *OPPO SMARTPHONE* DI GERAJ APOLLO WTC SURABAYA**



**OLEH:**

**Felix Christian Handoko  
3103014051**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018**

## **HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BRAND IMAGE*, *STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN *OPPO SMARTPHONE* DI GERAJ APOLLO WTC SURABAYA**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

Oleh:  
FELIX CHRISTIAN HANDOKO  
3103014051

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BRAND IMAGE*, *STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN  
*OPPO SMARTPHONE* DI GERAI APOLLO WTC SURABAYA**

Oleh:  
FELIX CHRISTIAN HANDOKO  
3103014051

Telah disetujui dan diterima dengan baik  
Untuk diajukan kepada Tim Penguji


Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.SI

Tanggal:

Pembimbing II,



Monica Ajeng Erwita S.Sos., MM.

Tanggal: 2/8/2018.

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : FELIX CHRISTIAN HANDOKO

NRP : 3103014051

Telah diuji pada tanggal 26 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.SI

NIK : 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM

NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc

NIK.311.11.0678

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felix Christian Handoko  
NRP : 31030140151  
Judul Skripsi : Pengaruh *Country Of Origin, Brand Image, Store Image* terhadap *Purchase Intention* OPPO *Smartphone* pada gerai APOLLO WTC Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Mei 2018



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Country Of Origin, Brand Image, Store Image* terhadap *Purchase Intention* OPPO *Smartphone* pada gerai APOLLO WTC Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.SI selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersabar membimbing, memberikan saran dan masukan kepada penulis dari awal hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Ibu Monica Ajeng Erwita S.Sos., MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar membimbing, memberikan saran dan masukan kepada penulis dari awal hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Tuty Lindawati SE., MM selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari semester awal hingga akhir dalam menempuh mata kuliah.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah memberikan pengetahuan mengenai masing-masing studi.

7. Orang tua dan keluarga atas dukungan dan memberikan motivasi kepada penulis untuk semangat dalam mengerjakan tugas akhir.
8. Teman-teman seperjuangan (Kevin A, Martinus O, Severick P, Jonnathan W, Brilliant C, David S ) terimakasih atas saran dan motivasi. Sehingga penulis dapat mengerjakan tugas akhir dengan tepat waktu.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 13 Juni 2018

Felix Christian Handoko

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH... ..	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	19
2.2.1. <i>Purchase Intention</i> .....	19
2.2.2. <i>Country Of Origin</i> .....	22



2.2.3. <i>Brand Image</i> .....	25
2.2.4. <i>Store Image</i> .....	28
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.3.1. Pengaruh <i>Country Of Origin</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	30
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	31
2.3.3. Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	31
2.4. Model Penelitian.....	32
2.5. Hipotesis Penelitian.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Desain Penelitian.....	34
3.2. Identifikasi Variabel.....	34
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.3.1. <i>Country Of Origin</i> .....	35
3.3.2. <i>Brand Image</i> .....	36
3.3.3. <i>Store Image</i> .....	36
3.3.4. <i>Purchase Intention</i> .....	37
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	37
3.4.1. Jenis data.....	37
3.4.2. Sumber Data.....	38
3.5. Pengukuran Variabel.....	39
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7. Populasi, Sampel dan	

Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.7.1. Populasi.....	40
3.7.2. Sampel.....	40
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.8. Teknik Analisis Data.....	41
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.1.1 Jenis Kelamin.....	49
4.1.2 Domisili.....	50
4.1.3 Tahu tentang OPPO <i>Smartphone</i> di gerai APOLLO <i>Store</i> WTC Surabaya.....	50
4.1.4 Usia.....	51
4.1.5 Pendidikan Terakhir.....	52
4.1.6 Profesi.....	52
4.1.7 Pendapatan.....	53
4.2 Pengujian Intrumen.....	54
4.2.1 Uji Validitas.....	54
4.2.2 Uji Realibilitas.....	56
4.3 Analisis Data.....	57
4.3.1 Statistik Deskriptif.....	57
4.3.2 Regresi Berganda.....	63
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3.3.1. Uji Normalitas.....	67
4.3.3.2. Uji Multikolienaritas.....	68

4.3.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.3.4 Uji Goodness Of fit.....	71
4.3.4.1. Uji F.....	71
4.3.4.2. Uji t.....	72
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	74
4.4 Pembahasan.....	75
4.4.1 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> terhadap <i>Purchase Intention OPPO Smartphone</i> pada APOLLO STORE WTC Surabaya.....	75
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention OPPO Smartphone</i> pada APOLLO STORE WTC Surabaya.....	76
4.4.3 Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Purchase Intention OPPO Smartphone</i> pada APOLLO STORE WTC Surabaya .....	77
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Praktis.....	80
5.2.2 Saran Akademis.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	5 vendor Smartphone terbesar di Indonesia..... 3
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian..... 11
Tabel 3.1	Nilai Kriteria Hubungan korelasi..... 44
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. 49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... 50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan tahu OPPO <i>Smartphone</i> di gerai APOLLO Store WTC Surabaya. 50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 51
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 52
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi..... 52
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... 53
Tabel 4.8	Uji Validitas..... 54
Tabel 4.9	Uji Reabilitas..... 56
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif..... 57
Tabel 4.11	Interval Rata-Rata Skor..... 58
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda..... 64
Tabel 4.13	Uji Multikolonieritas..... 68
Tabel 4.14	Uji Heteroskedastisitas..... 70
Tabel 4.15	Perhitungan Uji F..... 71
Tabel 4.16	Perhitungan Uji t..... 73
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... 74

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Uji Normalitas (P-Plot).....	67

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Statistik Deskriptif

Lampiran 5. Pengujian Instrumen

Lampiran 6. Output Regresi Linier Berganda

Lampiran 7. Output Uji Heteroskedastisitas Glesjer

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE, STORE IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN OPPO *SMARTPHONE* DI GERAI APOLLO WTC SURABAYA**

**ABSTRAK**

Perkembangan industri ritel *smartphone* di Indonesia sangat pesat dan semakin banyak dalam tahun terakhir. Para peritel harus mempunyai faktor pembeda dari para pesaing lainya seperti faktor *Country Of Origin, Brand Image* dan *Store Image*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Country Of Origin, Brand Image, Store Image* terhadap *Purchase Intention* pada konsumen OPPO *Smartphone* di gerai APOLLO WTC Surabaya. Sampel ini menggunakan 121 responden. Memakai teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS 16.0

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *Country Of Origin* terhadap *Purchase Intention, Brand Image* terhadap *Purchase Intention*, dan *Store Image* terhadap *Purchase Intention*.

**Kata Kunci:** *Country Of Origin, Brand Image, Store Image, Purchase Intention.*

**EFFECT ON COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE,  
STORE IMAGE TO PURCHASE INTENTION CONSUMER  
OPPO SMARTPHONE ON APOLLO STORE WTC  
SURABAYA**

***ABSTRACT***

The development of the smartphone retail industry in Indonesia is very rapid and growing in the last year. Retailers must have differentiating factors from other competitors such as Country Of Origin, Brand Image and Store Image. This study aims to examine the influence of Country Of Origin, Brand Image, Store Image on consumer OPPO Smartphone Purchase Intention at APOLLO WTC Surabaya stores. This sample uses 121 respondents. Using purposive sampling technique. This research used Multiple Linear regression analysis technique with SPSS 16.0 program

The results of this study show that there is a positive influence between Country Of Origin on Purchase Intention, Brand Image on Purchase Intention, and Store Image on Purchase Intention.

**Keywords:** *Country Of Origin, Brand Image, Store Image, Purchase Intention.*