

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE* TERHADAP
BRAND EQUITY MELALUI *BRAND KNOWLEDGE* DAN *BRAND*
IMAGE PRODUK PAKAIAN NIKE DI SURABAYA**



OLEH :

ALDA HERMAWAN

3103010201

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE* TERHADAP
BRAND EQUITY MELALUI *BRAND KNOWLEDGE* DAN *BRAND*
IMAGE PRODUK PAKAIAN NIKE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
ALDA HERMAWAN
3103010201

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

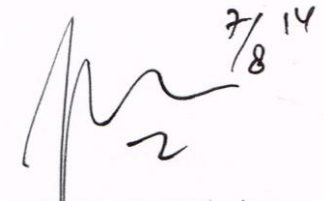
2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Alda Hermawan NRP 3103010201.

Telah diuji pada tanggal 25 Juli 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

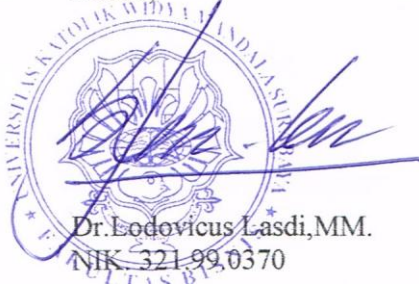


Dr. Fenika Wulani.

NIK. 311.96.0252

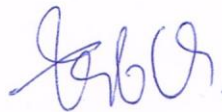
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE* TERHADAP *BRAND EQUITY* MELALUI *BRAND KNOWLEDGE* DAN *BRAND IMAGE* PRODUK PAKAIAN NIKE DI SURABAYA

OLEH:

ALDA HERMAWAN

3103010201

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik untuk Diajukan Kepada Tim
Penguji

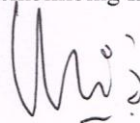
Pembimbing I,



Dr. Fenika Wulani.

Tanggal: 2/7/19

Pembimbing II,



Maria Mia Kristanti, SE, MM.,

Tanggal: 3/7/2019

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Alda Hermawan

NRP : 3103010201

Judul Skripsi : Pengaruh *Country Of Origin Image* Terhadap *Brand Equity*
Melalui *Brand Knowledge* Dan *Brand Image* Produk
Pakaian Nike di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya, Juni 2014
Yang menyatakan



Alda Hermawan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Country Of Origin Image* Terhadap *Brand Equity* Melalui *Brand Knowledge* Dan *Brand Image* Produk Pakaian Nike di Surabaya ”. 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, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi selaku dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elizabeth Supriharyati, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Fenika Wulani., dan Ibu Maria Mia Kristanti, SE, MM., selaku dosen pembimbing yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis berkuliah selama ini.
5. Orang tua dan saudara atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.

6. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini.

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. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya,

Alda Hermawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.4 Model Penelitian.....	35
2.5 Hipotesis.....	36
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	37

3.1	Desain Penelitian.....	37
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	41
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
3.8	Tahap Pengolahan Data.....	44
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1	Karakteristik Responden.....	50
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
4.3	Uji Asumsi SEM.....	59
4.4	Persamaan Struktural.....	63
4.5	Uji Keseluruhan Model.....	64
4.6	Pengujian Hipotesis.....	66
4.7	Pembahasan.....	68
BAB 5.	SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1	Simpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Usia.....	51
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4.4 Pengeluaran Tiap Bulan.....	52
Tabel 4.5 Memiliki Lebih dari 6 Buah Produk Pakaian Nike.....	53
Tabel 4.6 Pengguna Produk Pakaian Merek Nike Selama 2 Bulan Terakhir.....	53
Tabel 4.7 Interval Rata-rata Skor.....	54
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Country Of Origin Image</i>	55
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Knowledge</i>	56
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	57
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Equity</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	60
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.16 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	66
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>Brand Knowledge Model</i>	14
Gambar 2.2. Tingkatan Brand Awareness.....	19
Gambar 2.3. Model Penelitian.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Normalitas
- Lampiran 8 Output SEM
- Lampiran 9 Output Gambar

Pengaruh *Country Of Origin Image* Terhadap *Brand Equity* Melalui *Brand Knowledge* Dan *Brand Image* Produk Pakaian Nike di Surabaya

ABSTRAK

Country or origin merupakan faktor yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai sebuah merek. Pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi tindakan konsumen setelah menangkap bagaimana merek. Selain itu merek dari negara yang memiliki citra baik biasanya akan lebih mudah diterima dibandingkan dengan negara yang memiliki citra buruk. Citra merek yang kuat ini pada akhirnya dapat membentuk ekuitas merek yang kuat bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak *country of origin image* pada pembentukan *brand equity* pada produk produk pakaian Nike.

Dalam studi ini yang digunakan adalah penelitian konklusif pada studi penelitian eksperimental atau sebab dan akibat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Contoh yang digunakan adalah 200 orang calon konsumen produk pakaian Nike merek di Surabaya. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan adalah analisis SEM dengan bantuan program LISREL. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *country of origin image* dapat meningkatkan *brand knowledge* dan *brand image* yang akhirnya akan memberikan dampak terhadap *brand equity* produk pakaian Nike di Surabaya.

Kata kunci: *Country Of Origin Image; Brand Knowledge; Brand Image; Brand Equity.*

The Influence of Country Of Origin Image Towards Brand Equity Through Brand Knowledge and Brand Image Nike Fashion Product in Surabaya

ABSTRACT

Country or origin is a factor that can affect the consumer's perception of a brand. Consumer knowledge can influence consumer actions after capturing how the brand's brand of country that has good image will usually be accepted more easily compared to a country that has a bad image. A strong brand image is eventually able to form a strong brand equity for the company. This research aims to know the impact of country of origin on the image formation of brand equity in Nike clothing products.

In this study used is the conclusive research on experimental research studies or cause and effect. Sampling technique used is a non-probability sample sampling. The type of method used is the purposive sampling. The example used is 200 prospective consumer products brand Nike apparel in Surabaya. Data were collected using a questionnaire. The technique used is the analysis of SEM program LISREL with assistance. The results of this analysis indicate that the country of origin image can enhance brand knowledge and brand image that would eventually give the impact on brand equity Nike clothing products in Surabaya.

Keywords: Country Of Origin Image; Brand Knowledge; Brand Image; Brand Equity