

**PENGARUH PERSEPSI NEGARA ASAL DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PONSEL PINTAR LENOVO**

**RIZKI FADLI
8215101890**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

**THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN PERCEPTION
AND PRODUCT KNOWLEDGE TOWARD PURCHASE
INTENTION OF LENOVO SMARTPHONE**

**RIZKI FADLI
8215101890**



**This Thesis is Written As One Of The Requirements For Getting a Bachelor
Degree of Economics**

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2014**

ABSTRAK

Rizki Fadli, 2014; Pengaruh Persepsi Negara Asal dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Ponsel Pintar Lenovo. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry, SE., MSi. & Dra. Basrah Saidani, MSi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi negara asal, pengetahuan produk dan minat beli serta melakukan pengujian pada variabel persepsi negara asal dan pengetahuan produk yang mempengaruhi minat beli ponsel pintar Lenovo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan kausal dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sedang berada pada gerai Lenovo ITC Depok, yang belum pernah menggunakan ponsel pintar Lenovo. Total sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang kemudian alat analisis yang digunakan adalah SPSS 17.00. Hasil dari uji t menunjukkan persepsi negara asal terhadap minat beli berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi X_1 ke Y (0.000), dan pengetahuan produk terhadap minat beli juga berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi X_2 ke Y (0.000) keduanya tidak lebih besar dari 0.05. Hasil dari uji F menunjukkan pengaruh yang signifikan dari persepsi negara asal dan pengetahuan produk terhadap minat beli yaitu (0.000). Kemudian hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai variabel citra merek dapat menjelaskan variabel minat beli sebesar 39.2%; variabel pengetahuan produk dapat menjelaskan variabel minat beli sebesar 45.1%; (3) secara keseluruhan citra merek dan pengetahuan produk dapat menjelaskan variabel minat beli sebesar 84.3%. Sementara 15.7% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi negara asal, Pengetahuan produk, Minat beli.

ABSTRACT

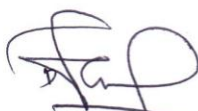
Rizki Fadli 2014; The Influence of Country of Origin Perception and Product Knowledge toward Purchase Intention of Lenovo Smartphone. Mini-thesis, Jakarta: Marketing Management, Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory: Setyo Ferry, SE., MSi. & Dra Basrah Saidani, MSi.

This research was aimed to describe and test the influence of Country of origin perception, Product knowledge toward Purchase intention. The research was conducted by using quantitative, descriptive, and causal research design, with the usage of survey methods. The population in this study was customers who visit Lenovo Store at ITC Depok, and have not used Lenovo smartphone before. The sample in this research was counted as 100 respondents and the research's analysis was conducted by using SPSS 17 software. The result of the t test showed that country of origin perception gave significant influence toward purchase intention with the significance value of X_1 to Y (0.000), and product knowledge also significantly influenced purchase intention with the value of significance X_2 to Y (0.000), both are not greater than 0.05. The result of F test simultaneously indicated that country of origin perception and product knowledge significantly influenced purchase intention (0.000). The result of determination analysis in this research showed the variation of country of origin variable could explain the purchase intention variable for 39.2%, and product knowledge variable could explain purchase intention for 45.1% and both country of origin and product knowledge variables could explain purchase intention together for 84.3%. While 15.7% could be influenced or explained by other variables which were not included in this research model.






Keywords: Country of origin perception, Product knowledge, Purchase intention.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



Drs. Dedi Purwana E.S., M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		23-07-2014
2. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Sekretaris		23-07-2014
3. <u>Dr. Mohammad Rizan, S.E, MM</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli		23-07-2014
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		23-07-2014
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing II		23-07-2014

Tanggal Lulus : 23-07-2014

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akedemik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 16 Juli 2014

Yang membuat pernyataan


METERAI
TEMPEL
KEMENTERIAN HUKUM DAN
HAMBERNANUS DAN
TEL
B9FC6AC7229402585
NAMA PEMERIKSANYA
5000 Rp

Rizki Fadli
8215101890

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM. dan Bapak Usep Suhud, Ph.D selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Hamidah, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

5. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si.,M.si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
6. Mba Fitria Yunita selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu mempersiapkan ujian sidang yang harus dilalui serta memberikan motivasi selama penyelesaian skripsi ini.
7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada Ayahanda Nasrullah dan Ibunda Frida Diba selaku orang tua peneliti serta Mama Ana, Mama Lili, Melisa Karima Amalia, dan Jesri Nasria selaku keluarga yang telah begitu banyak memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil selama penyelesaian skripsi ini.
8. Para sahabat B 2500 Nadia Nurfadilah, Listari Baenanda, Egi Ryan Aldino, Dina Chaerani Sinaga, dan Rezza Dwi Brammadita yang terus memberikan semangat dan dukungan selama proses pembuatan skripsi ini.
9. Partner bermusik abadi OIABM Muhammad Fadlan, Estu Setiyo Aji, dan Sandre yang memberikan energi tambahan selama proses pembuatan skripsi ini
10. Rekan-rekan forum Mawapres UNJ dan EDF UNJ yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada peneliti selama penyelesain skripsi ini.

11. Teman-teman jurusan Manajemen Reguler (M.O.T) dan Non Reguler 2010 yang memberikan semangat kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih peneliti atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2014

Peneliti