

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *COUNTRY OF ORIGIN*
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE XIAOMI* PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

MUHAMMAD FARIS MUSLIM

8135152713



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND COUNTRY OF ORIGIN
ON PURCHASE INTENTION SMARTPHONE XIAOMI IN
STUDENTS OF ECONOMIC FACULTY IN JAKARTA STATE
UNIVERSITY JAKARTA***

MUHAMMAD FARIS MUSLIM

8135152713



*Building
Future
Leaders*

*Thesis is Organized as One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

Muhammad Faris Muslim, Pengaruh *Brand Image* dan *Country of of Origin* terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Februari sampai dengan Juli 2019. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan *Country of of Origin* terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik Purposive sampling sebanyak 125 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 17.644 + 0,283 X_1 + 0,354 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X1 bernilai sebesar 0,200, X2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji t dan dihasilkan Y atas X1 thitung = 2,664 dan ttabel = 1,6544, Y atas X2 thitung = 2,117 dan ttabel = 1,65744.

Kata kunci: Minat Beli, Brand Image, Country of origin

ABSTRACT

Muhammad Faris Muslim, The Effect of Brand Image and Country of Origin on Interest in Buying Xiaomi Smartphones, Students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta

This research was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University, for 6 months from February to July 2019. The purpose of this study was to determine the Effect of Brand Image and Country of Origin on Interest in Purchasing Xiaomi Smartphone Students at the Faculty of Economics, Jakarta State University in Jakarta. The research method used was a survey method with a correlational approach, the population used was all students of the Faculty of Economics, Jakarta State University. The sampling technique used was Purposive sampling technique of 125 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 17,644 + 0,283 X_1 + 0,354 X_2$. Test requirements analysis is the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produces a significant level of Y value of 0.200, X1 of value of 0.200, X2 of value of 0.200. Because the significance level of the three variables > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Test t and yielded Y over X1 thitung = 2,664 and ttable = 1,6544, Y over X2 thitung = 2,117 and ttable = 1,65744.

Keywords: Purchase Interest, Brand Image, Country of origin

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		09 Agustus 2019
2. Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003	Penguji Ahli		09 Agustus 2019
3. Rahmi, SE., M.SM NIP. 198305012018032001	Sekretaris		09 Agustus 2019
4. Dra. Dientje Griandini, M.Pd NIP. 195507221982102001	Pembimbing I		09 Agustus 2019
5. Dita Puruwita, S.Pd, M.Si NIP. 198209082010122004	Pembimbing II		09 Agustus 2019
Tanggal Lulus: 09 Agustus 2019			

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2019

Yang menyatakan



Muhammad Faris Muslim

No. Reg 8135152713

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hai orang-orang mukmin, jika kamu menolong (agama) Allah, niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu.”

(Q.S Muhamamd ayat 7)

“Impian yang besar adalah impian yang tidak kecil”

(Muhammad Faris Muslim)

Alhamdulillahirabbil’alamin.

Bersyukur kepada Allah SWT. Karena-Nya, saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi dengan baik ditengah kesibukan saya dalam menjalankan kegiatan organisasi. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta. Terima kasih banyak telah mendukung, memberikan kasih sayang, dan mendoakan saya selama menempuh perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan *Country of of Origin* terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan yang telah memberikan ilmu dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Dientje Griandini M.Pd selaku dosen pembimbing I yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu, dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.
3. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu, dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.
4. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing akademik selama peneliti berkuliah di Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

8. Teruntuk BPH BEM Prodi Ekonomi dan Administrasi Kabinet Berjuang (Arief, Lusi, Sifat, Jannah, Tami, Shifa, Kiky, Syalen, Mail, Farhan) yang selalu memberikan penguatan, saran, doa, dukungan dan menemani dikala suka maupun duka
9. Teruntuk Seluruh Punggawa BEM Fakultas Ekonomi Kabinet Gelora Kebaikan yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk Satelit (DEPT. KOMINFO BEM UNJ 2019; Faiz, Umam, Alif, Eddy, Fikri, Aulia, Iacun, Koing, Endah, Fau, Diah, Masen, Jannah, Yoan, Rizka, Frinny) yang telah memberikan motivasi, saran, doa, dukungan dan juga menghiasi hari-hari di akhir semester
11. Teruntuk Public Agent (Adi, Jans, Delvin, Wisnu, Aryoga, Akbar dan lainnya), teman-teman seperjuangan yang saling membantu sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Dan teman-teman Pendidikan Bisnis 2015 atas kebersamaannya selama di bangku perkuliahan

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2019

Muhammad Faris Muslim

No. Reg 8135152713