

**PENGARUH NEGARA ASAL KEPADA PREFERENSI MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING**

**(SURVEI KONSUMEN DI WULING BOGOR DEALER
SERVICE)**

HILMY FAUZAN

8215145214



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN TO BRAND
PREFERENCE TOWARD PURCHASE DECISION OF A
WULING CAR***

***(SURVEY CONSUMER IN WULING BOGOR DEALER
SERVICE)***

HILMY FAUZAN

8215145214



***Submitted in Partial Fullfilment of the Requirements for the Degree
of Bachelor of Economics***

***STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Hilmy Fauzan. 2018. Pengaruh Negara Asal Kepada Preferensi Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling (Survei Konsumen di Wilayah Wuling Bogor Dealer Service). Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Dr. Mohammad Rizan SE, MM & Setyo Ferry Wibowo SE, M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Apakah negara asal berpengaruh terhadap preferensi merek Mobil Wuling. 2) Apakah negara asal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Wuling. 3) Apakah preferensi merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Wuling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 200 responden pengguna mobil Wuling di Wilayah Wuling Bogor Service Dealer. Analisis data menggunakan SPSS versi 22 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik LISREL versi 8.70 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) Negara Asal berpengaruh positif terhadap Preferensi Merek, 2) Negara Asal berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling, 3) Preferensi Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Negara Asal, Preferensi Merek, Keputusan Pembelian, Wuling

ABSTRACT

Hilmy Fauzan. 2018. *The Influence of The Country of Origin to The Brand Preference on Purchase Decision of Buying A Wuling Car (Survey Consumer In Wuling Bogor Dealer Service)*. Thesis, Jakarta: Management Studies Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, Advisory: Dr. Mohammad Rizan SE, MM & Setyo Ferry Wibowo SE, M.Si.

The purpose of this research are: 1) To determine whether country of origin have a positive effect to brand preference on the Wuling Car. 2) To determine whether country of origin have a positive effect to purchase decision on the Wuling Car. 3) To determine whether brand preference have a positive effect to purchase decision on the Wuling Car. Methods of data collection using survey method with the instrument in the form of questionnaire. The object of this study is 200 respondents who have used Wuling Bogor Dealer Service. Data analysis using SPSS 22 version and SEM (Structural Equation Model) from LISREL 8.70 version statistic package to process and analyze data of research result. Hypothesis testing results show: 1) country of origin have a positive effect to brand preference, 2) country of origin have a positive effect to purchase decision, 3) Brand preference have a positive effect to purchase decision.

Key Words: Country of Origin, Brand Preference, Purchase Decision, Wuling

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	TandaTangan	Tanggal
1. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Ketua		<u>6-2-2019</u>
2. <u>Shandy Aditya, BIB, MP.BS</u> NIDK. 8817860018	Sekretaris		<u>6-2-2019</u>
3. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Penguji Ahli		<u>6-2-2019</u>
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Pembimbing I		<u>6-2-2019</u>
5. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing II		<u>6-2-2019</u>

TandaTangan:

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan
3. Sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka
4. 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, 25 Januari 2019

Yang Membuat Pernyataan

 

Hilmy Fauzan

No. Reg: 8215145214

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak. Ungkapan terima kasih ini peneliti tunjukan kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing I.
2. Setyo Ferry Wibowo, S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing II.
3. Andrian Haro, S.Si.,M.M. sebagai Koordinator Program Studi S1-
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta.
5. Para dosen dan seluruh karyawan / staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti melaksanakan studi.
6. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada sahabat-sahabat terdekat yaitu Akim, Doni, Edo, Fajar, Fajrian, Ikbal, Ipul, Irpan dan Bayu yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada peneliti dalam penulisan skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan peneliti yaitu Adhy, Naufal, Dimas, Gesha, Nia, Mellong, Afina, Della, Devi, Mely, Indah, Tami, Ayu, Rosma dan Selo yang

saling memotivasi dan berbagi informasi serta membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman kelas Manajemen A 2014 yang sama-sama berjuang belajar dan memberikan banyak pengalaman dan kenangan dari semester awal sampai semester akhir serta memberikan dukungan kepada peneliti.
9. Teman-teman konsentrasi Pemasaran angkatan 2014 yang sama-sama berjuang dan memberikan informasi kepada peneliti.

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, Januari 2019

Hilmy Fauzan