

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DI CILENDEK,  
BOGOR**

**TUGAS AKHIR**

**SAIFUL ANWAR RUSYDI**

**193402516006**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DI CILENDEK,  
BOGOR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

**SAIFUL ANWAR RUSYDI**

**193402516006**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir berjudul :

### **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK *SMARTPHONE XIAOMI* DI CILENDEK, BOGOR**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 25 Februari 2023



METERAI  
TEMPORAL  
10000  
07-AFAK34458463

Saiful Anwar Rusydi

NPM : 193402516006

UNIVERSITAS NASIONAL

## ABSTRAK

### **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DI CILENDEK, BOGOR**

**Oleh :**

**Saiful Anwar Rusydi**

**NPM : 193402516006**

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, *Country of Origin*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk *Smartphone* Xiaomi di Cilendek, Bogor. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner pada 100 responden di Cilendek, Bogor. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis inferensial dengan regresi linier berganda dan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23. Hasil analisis linier berganda menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Country of Origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan perhatian produsen *smartphone* khususnya Xiaomi mengenai *Brand Image*, *Country of Origin*, dan Kualitas Produk yang dapat meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci : *Brand Image*, *Country of Origin*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.**



## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, COUNTRY OF ORIGIN, AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMERS' PURCHASING DECISIONS IN CHOOSING XIAOMI SMARTPHONE PRODUCTS IN CILENDEK, BOGOR***

**By :**

**Saiful Anwar Rusydi**

**NPM : 193402516006**

*Thesis, under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.*

*This study aims to analyze the influence of Brand Image, Country of Origin, and Product Quality Perception on Consumer Purchasing Decisions in Choosing Xiaomi Smartphone Products for Teenagers in Cilendek, Bogor in 2022. This study data used primary data through questionnaires on 100 adolescent respondents in Cilendek, Bogor. Data analysis techniques using inferential analysis with multiple linear regression and using the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program version 23. The results of multiple linear analysis show that the Brand Image variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, Country of Origin has a positive and significant effect on purchasing decisions, and Product Quality Perception has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of this study are expected to increase the attention of smartphone manufacturers, especially Xiaomi, regarding Brand Image, Country of Origin, and Product Quality Perception which can increase sales.*

**Keyword :** *Brand Image, Country of Origin, Product Quality, Purchasing Decisions.*



**LEMBAR PERSETUJUAN**


Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*,  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM  
MEMILIH PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DI  
CILENDEK, BOGOR**

Nama Mahasiswa : SAIFUL ANWAR RUSYDI

Nomor Pokok : 193402516006

Program Studi : MANAJEMEN

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,

  
Dr. Drs. Suadi Saptu Putra, M.Si.M.

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen,

  
Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Jakarta, 25 Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*,  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM  
MEMILIH PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DI  
CILENDEK, BOGOR**


Nama Mahasiswa : SAIFUL ANWAR RUSYDI

Nomor Pokok : 193402516006

Program Studi : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional


Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

  
Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

Ketua Penguji,

Anggota / Penguji,

  
Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.

  
Dr. Hassanudin, S.E., M.M.

Mengetahui  
Dekan,  
  
Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D

Jakarta, 25 Februari 2023

Tanggal Lulus : Februari 2023

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Saiful Anwar Rusydi
2. Tempat, tanggal lahir : Bogor, 9 Oktober 1999
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Alamat : Jl. Mekar Saluyu No.52 RT 04/16 Bogor
5. No. Handphone : 081224717314
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : saifulanwar37341@gmail.com

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 – 2012 : SDN Cilendek 3 Bogor
2. Tahun 2012 – 2015 : SMPN 14 Kota Bogor
3. Tahun 2015 – 2018 : SMA Pesat Kota Bogor
4. Tahun 2019 – 2023 : Universitas Nasional Jakarta



Jakarta, 23 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Saiful Anwar Rusydi', written over a white background.

**Saiful Anwar Rusydi**

NPM : 193402516006



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, *Country of Origin*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk *Smartphone* Xiaomi di Cilendek, Bogor”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tentunya penulis mengalami berbagai hambatan dan rintangan yang dihadapi. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M. selaku pembimbing tugas akhir yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan tugas akhir serta memberikan motivasi penulis agar tugas akhir ini dapat terselesaikan.

6. Segenap jajaran dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
7. Kedua orang tua penulis yang tersayang, Bapak Acep Suplijar Kosasih dan Ibu Yayah Karsiah yang selalu memberikan dukungan semangat, motivasi, nasehat, dan perhatian sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. Terima kasih atas segala doa yang dihaturkan kepada penulis agar dapat menjadi orang yang bermanfaat bagi orang lain, agama, bangsa, dan negara serta menjadi kebanggaan keluarga. Semoga Allah Subhanahu Wata'ala selalu melimpahkan kesehatan, keberhakan, dan kebahagiaan dunia dan akhirat kepada kedua orang tua penulis.
8. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta yang tulus memberikan doa yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada teman-teman di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Angkatan 2019, khususnya teman-teman penulis kepada Susi Lestari, Aryuandra Fachrezi, Alfiansyah, Rachmat Santoso, Adnan Fauzi, Marisa Salsabila, Nida Nafisah, Melisa, dan Dadi Adam yang telah membantu serta berbagi suka duka selama penulis menjalani masa kuliah hingga akhirnya penulis lulus.
10. Kepada sahabat penulis diluar Universitas Nasional, kepada Amanda Damayanti, Rian Agustian, Irwan, Nita, dan Dimas yang telah memotivasi dan membantu memfasilitasi dalam penulisan tugas akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
11. Seluruh responden selaku pembeli produk *Smartphone* Xiaomi yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan tugas akhir ini.
12. Serta seluruh pihak di luar maupun di dalam Universitas Nasional yang telah membantu penulis dengan semangatnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Allah Subhanahu Wata'ala. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini baik dalam teknik penusunan maupun dalam pembahasan. Demi kesempurnaan tugas akhir ini penulis tidak menutup diri dari adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti kepada pihak yang membutuhkan. Terimakasih,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Saiful Anwar Rusydi', written over a white background.

**Saiful Anwar Rusydi**

193402516006

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
1. Tujuan Penelitian .....	8
2. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	10
B. Keputusan Pembelian .....	15
C. <i>Brand Image</i> .....	19
D. <i>Country of Origin</i> .....	22
E. Kualitas Produk .....	24
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....	26
1. Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2. Hubungan <i>Country of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	27
3. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	28
G. Hasil Penelitian yang Sesuai dengan Rujukan Penelitian .....	28
H. Kerangka Analisis .....	33

I. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Objek Penelitian .....	35
B. Data Penelitian .....	35
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	35
2. Populasi dan Sampel .....	37
3. Metode Pengumpulan Data .....	38
C. Jenis Variabel yang Digunakan.....	39
D. Definisi Operasional Variabel.....	40
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	42
1. Metode Analisis .....	42
2. Pengujian Instrumen.....	43
3. Uji Asumsi Klasik .....	44
4. Uji Kelayakan Model.....	46
5. Uji Hipotesis (Uji t).....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Hasil Penelitian .....	48
1. Deskripsi Data Penelitian.....	48
2. Karakteristik Responden .....	48
3. Analisis Deskriptif .....	55
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	60
B. Pembahasan.....	74
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	74
2. Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	75
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	78

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima Besar Vendor Smartphone Dunia (Q3-2022) .....	2
Tabel 1.2 Laba Xiaomi per Kuartal II (2018-2022).....	3
Tabel 1.3 Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	29
Tabel 3.1 Skala Likert .....	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 4.6 Skala Likert .....	55
Tabel 4.7 Deskriptif Total Mean Variabel <i>Brand Image</i> .....	56
Tabel 4.8 Deskriptif Total Mean Variabel <i>Country of Origin</i> .....	57
Tabel 4.9 Deskriptif Total Mean Variabel Kualitas Produk .....	58
Tabel 4.10 Deskriptif Total Mean Variabel Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> ( $X_1$ ).....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Country of Origin</i> ( $X_2$ ).....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.16 Output Uji Normalitas.....	65

Tabel 4.17 Output Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.18 Output Uji Heterokedastisitas (Glejser).....	68
Tabel 4.19 Output Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4.20 Output Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.21 Output Uji F.....	71
Tabel 4.22 Output Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	72
Tabel 4.23 Output Uji Hipotesis (Uji t).....	73



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Analisis .....	34
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54

