

Konsentrasi/Bidang Minat:
Pemasaran

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN PADA PRODUK TV
SAMSUNG DI SURABAYA**

Skripsi



OLEH:
YONATHAN TEDJA ABDI

3103008161

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK TV
SAMSUNG DI SURABAYA**

Oleh:

YONATHAN TEDJA ABDI

(3103008161)

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

PEMBIMBING I:



Dr. Christina Esti Susanti, MM. CPMAP

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Yonathan Tedja Abdi dengan NRP 3103008161.
Telah diuji pada tanggal 1 Maret 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, MM. CPMAP

Mengetahui:

Dekan,



DR. Lodovicus Lasdi, SE., MM.
NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida SE., M. Com.
NIK: 311.99.0362

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YONATHAN TEDJA ABDI

NRP : 3103008161

Judul : Pengaruh *Brand Image* dan *Country of Origin* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Produk TV Samsung di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, 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 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 14 Maret 2013



Yang menyatakan,
(Yonathan Tedja Abdi)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan *Country of Origin* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Produk TV Samsung di Surabaya” ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Christina Widya Utami, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing 1 yang dengan perhatian dan sabar telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. Julius F. Nagel, MM selaku Dosen Pembimbing II atas segala waktu yang telah diberikan kepada penulis selama bimbingan dari awal hingga akhir terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Seluruh keluarga saya yang selalu memberikan dorongan moril dan materiil serta dukungan doa yang sangat berarti bagi penulis.
6. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran yang telah memberikan dukungan serta semangat yang berarti bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan terbuka guna menyempurnakan penulisan sripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Surabaya, 14 Maret 2013

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| DAFTAR ISI..... | i |
| DAFTAR TABEL | iv |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | vi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4.1.1. Manfaat Akademis | 9 |
| 1.4.1.2. Manfaat Praktis | 10 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN | 12 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.2. Landasan Teori | 13 |
| 2.2.1. Kepuasan Konsumen | 13 |
| 2.2.2. Loyalitas Konsumen | 16 |
| 2.2.3. <i>Brand Image</i> | 20 |
| 2.2.4. <i>Country of Origin</i> | 24 |
| 2.2.5. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen | 27 |
| 2.2.6. Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap Kepuasan Konsumen | 27 |
| 2.2.7. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen | 27 |

| | |
|---|----|
| 2.3. Kerangka Penelitian | 28 |
| 2.4. Hipotesis | 29 |
| | |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 30 |
| 3.2. Identifikasi Variabel | 30 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel | 30 |
| 3.4. Jenis Data | 32 |
| 3.5. Pengukuran Variabel | 32 |
| 3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data | 33 |
| 3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 33 |
| 3.8. Teknik Pengambilan Data | 35 |
| 3.9. Teknik Analisis Data | 36 |
| 3.10. Uji Validitas | 36 |
| 3.11. Uji Reliabilitas | 37 |
| 3.12. <i>Screening</i> Data | 38 |
| 3.13. Uji Normalitas | 38 |
| 3.14. Uji Kecocokan Model | 39 |
| 3.15. Prosedur Pengujian Hipotesis | 39 |
| | |
| BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 4.1. Karakteristik Responden | 40 |
| 4.2. Statistik deskripsi Variabel-variabel penelitian | 43 |
| 4.3. Analisis Data | 48 |
| 4.3.1. Uji Asumsi SEM | 48 |
| 4.3.1.1 Pengujian Outlier | 48 |
| 4.3.2. Uji Normalitas Data | 50 |
| 4.3.3. Validitas dan Reliabilitas Kuesioner | 51 |
| 4.4. Analisis Data | 53 |
| 4.4.1. Analisa Kesesuaian Model | 53 |
| 4.4.2. Analisis Persamaan Struktural | 57 |
| 4.4.3. Pengujian Hipotesis Penelitian | 58 |
| 4.5. Pembahasan | 60 |

| | |
|---|----|
| 4.5.1. <i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna TV merek Samsung di Surabaya | 60 |
| 4.5.2. <i>Country of Origin</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna TV merek Samsung di Surabaya | 61 |
| 4.5.3. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada pengguna TV merek Samsung di Surabaya | 62 |
| | |
| BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN | 63 |
| 5.1 Simpulan | 63 |
| 5.2 Saran | 64 |
| 5.2.1 Saran Akademik | 64 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 64 |
| DAFTAR KEPUSTAKAAN | 66 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 40 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli dan Memakai Produk TV Samsung | 41 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan bahwa Samsung Berasal dari Negara Korea | 41 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Pemakaian Selama 6 Bulan terakhir | 42 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 43 |
| Tabel 4.6 Interval Rata-Rata Skor | 44 |
| Tabel 4.7 Distribusi Nilai mean dan Standar Deviasi Variabel <i>brand image</i> | 44 |
| Tabel 4.8 Distribusi Nilai mean dan Standar Deviasi Variabel <i>Country of Origin</i> | 45 |
| Tabel 4.9 Distribusi Nilai mean dan Standar Deviasi Variabel Kepuasan Konsumen | 46 |
| Tabel 4.10 Distribusi Nilai mean dan Standar Deviasi Variabel Loyalitas Konsumen | 47 |
| Tabel 4.11 Mahalanobis <i>Distance</i> Pada Uji <i>Outlier</i> | 49 |
| Tabel 4.12 Uji Normalitas Data | 51 |
| Tabel 4.13 Uji Validitas | 52 |
| Tabel 4.14 Reliabilitas Keusioner | 53 |
| Tabel 4.15 Penilaian model <i>fit</i> | 53 |
| Tabel 4.16 <i>Goodness of Fit Index</i> | 54 |
| Tabel 4.17 Pengujian hipotesis penelitian | 59 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis | 44 |
| Gambar 4.1 Mahalanobis | 56 |
| Gambar 4.2 <i>Path Analysis</i> dari <i>structural model</i> | 65 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|------------------------|
| Lampiran 1 | Kuisisioner Penelitian |
| Lampiran 2 | Data kuisisioner |
| Lampiran 3 | Output outlier |
| Lampiran 4 | Normalitas |
| Lampiran 5 | Ouput SEM |

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND COUNTRY OF ORIGIN
TO SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY ON
SAMSUNG TV PRODUCT IN SURABAYA**

ABSTRACT

The purpose of this study was to test brand image and country of origin to satisfaction and customer loyalty on samsung tv product in Surabaya. In this research, predicted that those two independent variables could measure satisfaction and customer loyalty as dependent variables.

This study using SEM analysis to analyze brand image and country of origin to satisfaction and customer loyalty. while sampling in this study using purposive sampling method so the samples that used in this study has 150 respondent.

This study concluded that brand image and country of origin can affect customer satisfaction and customer loyalty. Brand image significantly influence consumer satisfaction, country of origin significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction significantly influence customer loyalty.

Keywords: brand image, country of origin, satisfaction, and loyalty.

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *COUNTRY OF ORIGIN*
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
PADA PRODUK TV SAMSUNG DI SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *brand image* dan *country of origin* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada produk TV Samsung di Surabaya. Dalam penelitian ini kedua variabel bebas dinilai dapat mengukur kepuasan dan loyalitas konsumen sebagai variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan analisis SEM untuk menganalisis *brand image* dan *country of origin* terhadap kepuasan dan loyalitas. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *brand image* dan *country of origin* dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, *country of origin* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: *brand image*, *country of origin*, kepuasan, loyalitas.