



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE* TERHADAP
PERCEIVED QUALITY KONSUMEN
Studi Perbandingan Konsumen Produk *Notebook* MacBook
Apple, Toshiba, Acer dan Zyrex di Universitas Indonesia Depok**

SKRIPSI

**GRASIA VERANITA
0706212730**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
MARET 2009**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN IMAGE* TERHADAP
PERCEIVED QUALITY KONSUMEN
Studi Perbandingan Konsumen Produk *Notebook* MacBook
Apple, Toshiba, Acer dan Zyrex di Universitas Indonesia Depok**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial

**GRASIA VERANITA
0706212730**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
KEKHUSUSAN PEMASARAN
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
MARET 2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Grasia Veranita

NPM : 0706212730

Tanda Tangan :

Tanggal : 2 Juli 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Grasia Veranita
NPM : 0706212730
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi : Pengaruh *Country of Origin Image* terhadap
Perceived Quality Konsumen.
Studi Perbandingan Konsumen Produk *Notebook*
MacBook Apple, Toshiba, Acer dan Zyrex
di Universitas Indonesia Depok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : (.....)
Penguji : (.....)
Ketua Sidang : (.....)
Sekretaris Sidang : (.....)
.

Ditetapkan di : _____

Tanggal : 2 Juli 2009

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa di Sorga yang telah menyertai dan memberikan hikmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah salah satu langkah untuk meraih gelar sarjana sosial.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Country of Origin* terhadap *Perceived Quality*” pada Studi Perbandingan Konsumen Produk *Notebook* MacBook Apple, Toshiba, Acer dan Zyrex. Penulisan skripsi ini berawal dari ketertarikan penulis terhadap salah satu fenomena yang ada di dunia pemasaran yaitu *country of origin image*. Fenomena ini melibatkan citra sebuah negara dalam mengevaluasi sebuah produk, yaitu adanya fenomena produk-produk yang diproduksi oleh negara-negara maju di Dunia dipandang memiliki kualitas yang tinggi. Kualitas merupakan salah satu hal yang dibutuhkan konsumen ketika membeli suatu produk, sehingga akhirnya kualitas mampu meningkatkan angka penjualan sebuah produk. Karena itu peneliti ingin mengkaji pengaruh *Country of Origin Image* produk terhadap *perceived quality* konsumen melalui studi perbandingan konsumen produk *notebook* MacBook Apple, Toshiba, Acer dan Zyrex.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
2. Prof. Dr. Roy V. Salomo, M.Soc. Sc, selaku Ketua Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
3. Drs. Asrori, MA, FLMI, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI dan Ketua Sidang Skripsi penulis.
4. Drs. Ahmad Fauzi, ME, selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Sarjana Ekstensi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
5. Drs. Bulizuar Buyung, MM, selaku Pembimbing Akademik penulis.
6. Fatimah Muchtar S.Sos., ME, selaku Pembimbing Skripsi penulis yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga selama penulis menyusun skripsi ini.

7. Ixora Lundia, S.sos., MS, selaku Penguji Sidang Ahli dalam Sidang Skripsi.
8. Umanto Eko, Msi, selaku Sekretaris Sidang dalam Sidang Skripsi
9. Seluruh staf pengajar dan pegawai FISIP UI
10. Seluruh staf perpustakaan FISIP UI
11. Semua responden dan juga teman-teman Anto, Philianta, Uilly, Aga, Marini, Togi, Melva, Herdi dan Marini yang telah membantu penulis dalam pendistribusian kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran-saran dan masukan-masukan yang berguna dan membangun demi menyempurnakan skripsi ini selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi perkembangan khazanah ilmu administrasi niaga.

Jakarta, 30 Juni 2009

Grasia Veranita

UCAPAN TERIMA KASIH

Begitu banyak tantangan yang dihadapi penulis selama mengerjakan skripsi hingga selesai, karena itu penulis bersuka cita mengucapkan syukur kepada Allah Bapa yang menyediakan segala sesuatu yang penulis perlukan dalam keseluruhan hidup penulis secara khusus dalam pengerjaan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan syukur kepada Allah karena telah memberikan orang-orang disekitar penulis yang membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini, yaitu:

1. Buat Orang tuaku tercinta Papa L. Purba dan Mama Rospita Nainggolan untuk setiap bantuan materi dan moriil yang dirasa tidak terbatas dalam pengerjaan skripsi ini. Serta ketiga adik-adikku Prima, Noel dan Zeny terima kasih buat doa yang diberikan, semuanya membuat penulis semakin termotivasi dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
2. Buat keluarga besar dari Papa dan Mama khususnya yang ada di Jakarta, terima kasih buat nasihat-nasihat yang diberikan kepada penulis selama ini khususnya saat pengerjaan skripsi ini.
3. Buat Mas Fendo, Pino, Jonathan Fasilkom, dan Shanty, yang telah memberikan saran-saran dan masukan-masukannya kepada penulis, bantuan yang kalian berikan sangat menolong penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Buat Rika, yang memberikan bantuannya di detik-detik terakhir saat *deadline* pengumpulan skripsi ini, bantuanmu sangat berarti, terimakasih teman.
5. Buat teman-teman Pengurus Harian Persekutuan Oikumene Universitas Indonesia, Kak Joki, Olla, Swares, Benny, Martina, Helda, Jabat, Ruth, Hanna, Aga, Marini, Togi, Christian, Philianta, Novani, Lena, Pitri, Yoan, Sonti, Happy, dan Hendri. Terimakasih buat semangat dan doa yang diberikan kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini.
6. Buat teman-teman Persekutuan Oikumene FISIP UI, Dea, Desca, Oci, Feby, Eban, Timot, Nenny, Tasha, Pam, Uniq, Eflin, Christopan, Septa, Grecy dan lain-lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya. Terima kasih buat dukungan doa dan kata-kata motivasi yang diberikan kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini.

7. Buat AKK-AKKku tersayang, Ceria, Wina, Lia, Syana, Rina, Christin, Vina dan Anggun, terima kasih *girls* buat dukungan doa dan kata-kata penyemangat yang saling kita berikan selama kita sama-sama sedang mengerjakan tugas akhir. Penulis sangat bersyukur bisa mengenal kalian, bersyukur buat waktu-waktu yang kita habiskan bersama selama berkuliah dikampus ini, dimana kita bisa saling mendewasakan satu sama lain.
8. Terima kasih juga buat Anto buat setiap bantuan secara langsung yang diberikan kepada penulis saat mengerjakan skripsi ini maupun dukungan moril yang membantu penulis untuk tetap optimis menyelesaikan skripsi disemester ini.
9. Buat teman-teman satu jurusan ekstensi administrasi niaga, Vera, Tika, Rian, Fleming, Mbak Nina, Mbak Puput, Widuri, Shinta, Rini, Heriska dan lain-lain yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih buat kebersamaan kita selama empat semester ini dalam suka maupun duka selama kuliah dikampus ini.
10. Buat teman-teman satu perjuangan bimbingan skripsi, Mbak Ina, Patar, Astrid, Santi, Bayu, Akbar, Raditya, Widya dan Stevani. Teman-teman terimakasih buat kesehatan di antara kita selama pengerjaan skripsi ini, saling menolong dan memberikan semangat satu dengan yang lain hingga akhirnya kita semua bisa menyelesaikan skripsi kita masing-masing.
11. Buat Eyang, Hari dan teman-teman dikostan, Kak Indah, Leli, Citra, Novi, Gustina, Lolita dan Nesya yang selalu menemani hari-hari penulis, yang juga memberikan nasehat, semangat dan doa kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu dan Bapak yang menjual makanannya di kantin Yong Ma, Taman Korea, dan Koprasi selama penulis berkuliah di kampus FISIP UI.
13. Buat teman-teman SMA ku Ayu, Iroth, Herna, Maria, Irene, David, Issac, Kak Fitri, Vera, Jan Fredy dan Ade, terima kasih teman-teman buat perhatiannya selama ini kepada penulis yang membantu mendoakan, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Grasia Veranita
NPM : 0706212730
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Departemen : Ilmu Administrasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:
Pengaruh Country of Origin Image terhadap Perceived Quality Konsumen.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :
Pada tanggal :
Yang menyatakan

(.....)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ix
ABSTRAK/ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	8
BAB 2 KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.2 Konstruksi Model Teoritis.....	12
2.2.1 <i>Country of Origin Image</i>	12
2.2.2 Merek.....	14
2.2.3 Ekuitas Merek dan Nilai Merek.....	16
2.2.4 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	23
2.2.5 Hubungan <i>Country of Origin Image</i> terhadap <i>Perceived Quality</i>	27
2.3 Model Analisis.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
2.5 Operasionalisasi Konsep.....	29
2.6 Metode Penelitian.....	32
BAB 3 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
3.1 Toshiba.....	38
3.2 Acer.....	41
3.3 Zyrex.....	46
3.4 Apple.....	47

BAB 4 ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP *PERCEIVED QUALITY* KONSUMEN

4.1 Hasil <i>Pretest</i>	55
4.1.1 Validitas Masing-Masing Dimensi Penelitian <i>Pretest</i>	56
4.1.2 Validitas Masing-Masing Indikator Penelitian <i>Pretest</i>	57
4.1.3 Reabilitas Indikator Penelitian <i>Pretest</i>	59
4.2 Validitas dan Reabilitas Dimensi Penelitian Survei Di Lapangan.....	59
4.3 Statistik Deskriptif.....	62
4.3.1 Karakteristik Responden.....	62
4.3.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	62
4.3.1.2 Usia Responden.....	63
4.3.1.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	64
4.3.1.4 Fakultas Responden.....	64
4.3.1.5 Pengeluaran Keluarga perbulan (di Luar Cicilan Rumah, Kendaraan dan Barang).....	65
4.3.2 Statistik Deskriptif per Variabel.....	66
4.3.2.1 Variabel <i>Country of Origin Image</i>	66
4.3.2.2 Variabel <i>Perceived Quality</i>	80
4.4 Analisis Uji Beda.....	132
4.4.1 Uji Beda pada Dimensi <i>Country of Origin Image</i>	132
4.4.2 Uji Beda pada Dimensi <i>Perceived Quality</i>	134
4.5 Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	137
4.5.1 Pembahasan Hipotesis H ₁	137
4.5.2 Pembahasan Hipotesis H ₂	138
4.6 Implikasi Manajerial.....	140

BAB 5 SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan.....	142
5.2 Rekomendasi.....	142

DAFTAR PUSTAKA	144
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	149
-----------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna <i>Hot Spot</i> Universitas Indonesia.....	6
Tabel 2.1	Operasionalisasi Konsep.....	31
Tabel 2.2	Ukuran Validitas.....	36
Tabel 4.1	Tabel Silang <i>Pretest</i> Nama Merek <i>Notebook</i> Responden Terhadap Fakultas Responden pada <i>Pretest</i>	55
Tabel 4.2	Pengukuran K-M-O Measure of Sampling Adequacy, Bartlett's Test of Sphericity, dan Nilai variansi Tiap Dimensi Penelitian <i>Pretest</i>	56
Tabel 4.3	Validitas Indikator Penelitian.....	57
Tabel 4.4	Ukuran Reabilitas Dimensi Penelitian <i>Pretest</i>	59
Tabel 4.5	Pengukuran KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> , <i>Barlett's Test of Sphericity</i> , dan Nilai Variasi Tiap Dimensi Penelitian <i>Survei</i>	60
Tabel 4.6	Validitas Indikator Penelitian <i>Survei</i>	60
Tabel 4.7	Ukuran Reliabilitas Dimensi Penelitian <i>Survei</i>	62
Tabel 4.8	Tabel Silang antara Merek <i>Notebook</i> Responden dengan Fakultas Responden.....	65
Tabel 4.9	Tabel silang antara Merek <i>Notebook</i> dengan Pengeluaran Keluarga Perbulan Responden.....	66
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Hasil Produksi yang Dihasilkan Negara Tempat Asal Merek <i>Notebook</i> Ini.....	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Bonferroni indikator pertama <i>country of origin image</i>	68
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kemajuan Teknologi yang Dimiliki Negara Tempat Asal Merek <i>Notebook</i> Ini.....	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Bonferroni indikator kedua <i>country of origin image</i>	70
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Desain	

	Setiap Produk yang Dihasilkan Negara Tempat Asal Merek <i>Notebook Ini</i>	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Bonferroni indikator ketiga <i>country of origin image</i>	72
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kreatifitas dalam Berproduksi yang Dimiliki Negara Tempat Asal Merek <i>Notebook Ini</i>	73
Tabel 4.17	Hasil Uji Bonferroni indikator keempat <i>country of origin image</i>	74
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kualitas Setiap Produk yang Dihasilkan Negara Tempat Asal Merek <i>Notebook Ini</i>	75
Tabel 4.19	Hasil Uji Bonferroni indikator kelima <i>country of origin image</i>	76
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Gengsi yang Dimiliki Negara Tempat Asal Merek <i>Notebook Ini</i>	77
Tabel 4.21	Hasil Uji Bonferroni indikator keenam <i>country of origin image</i>	78
Tabel 4.22	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Citra Sebagai Negara Maju yang Dimiliki Negara Tempat Asal Merek <i>Notebook Ini</i>	79
Tabel 4.23	Hasil Uji Bonferroni indikator ketujuh <i>country of origin image</i>	80
Tabel 4.24	Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Terhadap Penggunaan <i>Notebook</i> merek yang dimiliki.....	81
Tabel 4.25	Uji Bonferroni Indikator Pertama Dimensi <i>Performance</i>	82
Tabel 4.26	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Ergonomics (Jarak Antar <i>Keypads</i>) <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	83
Tabel 4.27	Uji Bonferroni Indikator Kedua Dimensi <i>Performance</i>	84
Tabel 4.28	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Tekanan <i>Keypads Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	85

Tabel 4.29	Uji Bonferroni Indikator Ketiga Dimensi <i>Performance</i>	86
Tabel 4.30	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kualitas Suara yang Dihasilkan <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	87
Tabel 4.31	Uji Bonferroni Indikator Pertama Dimensi <i>Features</i>	88
Tabel 4.32	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kelengkapan Fitur-Fitur <i>Notebook</i> seperti <i>bluetooth</i> , <i>webcam</i> , <i>wireless LAN</i> , <i>CD ROM</i> , <i>headphone jack</i> , <i>S-video-out jack</i> , dll pada Merek yang Dimiliki.....	89
Tabel 4.33	Uji Bonferroni Indikator Keempat Dimensi <i>Features</i>	90
Tabel 4.34	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kapasitas Memori (RAM) <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	91
Tabel 4.35	Uji Bonferroni Indikator Keempat Dimensi <i>Features</i>	92
Tabel 4.36	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kapasitas Hard Disk <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki..	93
Tabel 4.37	Uji Bonferroni Indikator Kelima Dimensi <i>Features</i>	94
Tabel 4.38	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Fungsi <i>Touch Pad Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	95
Tabel 4.39	Uji Bonferroni Indikator Pertama Dimensi <i>Reliability</i>	96
Tabel 4.40	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Fungsi Tombol-Tombol <i>Keypad Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	97
Tabel 4.41	Uji Bonferroni Indikator Kedua Dimensi <i>Reliability</i>	98
Tabel 4.42	Dimensi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kemampuan <i>Notebook</i> Beroperasi dalam Waktu yang Lama Pada Merek yang Dimiliki.....	99
Tabel 4.43	Uji Bonferroni Indikator Kedua Dimensi <i>Reliability</i>	100
Tabel 4.44	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kelengkapan <i>Notebook</i> Sesuai dengan Daftar Isi Pada Merek yang Dimiliki.....	101

Tabel 4.45	Uji Bonferroni Indikator Ketiga Dimensi <i>Reliability</i>	102
Tabel 4.46	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kelengkapan <i>Notebook</i> Sesuai dengan Daftar Isi Pada Merek yang Dimiliki.....	103
Tabel 4.47	Uji Bonferroni Indikator Pertama Dimensi <i>Conformance</i> ...	104
Tabel 4.48	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kecacatan <i>Notebook</i> Secara Fisik Saat Pertama Kali Dibeli pada Merek yang Dimiliki.....	105
Tabel 4.49	Uji Bonferroni Indikator Kedua Dimensi <i>Conformance</i>	106
Tabel 4.50	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja <i>Notebook</i> Sesuai Dengan Spesifikasi Yang Tertulis pada Merek yang Dimiliki.....	107
Tabel 4.51	Uji Bonferroni Indikator Ketiga Dimensi <i>Conformance</i>	108
Tabel 4.52	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Daya Tahan <i>Hard Disk Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	109
Tabel 4.53	Uji Bonferroni Indikator Pertama Dimensi <i>Durability</i>	110
Tabel 4.54	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Daya Tahan Tulisan yang Terdapat pada <i>Keyboard Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	111
Tabel 4.55	Uji Bonferroni Indikator Ketiga Dimensi <i>Durability</i>	112
Tabel 4.56	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Daya Tahan Kabel <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki....	113
Tabel 4.57	Uji Bonferroni Indikator Keempat Dimensi <i>Durability</i>	114
Tabel 4.58	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Daya Tahan Adaptor <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki..	115
Tabel 4.59	Uji Bonferroni Indikator Kelima Dimensi <i>Durability</i>	116
Tabel 4.60	Distribusi Frekuensi Penilaian Konsumen Terhadap Daya Tahan Tombol-Tombol <i>Keypad</i> pada <i>Keyboard Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	117
Tabel 4.61	Uji Bonferroni Indikator Ketujuh Dimensi <i>Durability</i>	118
Tabel 4.62	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap	

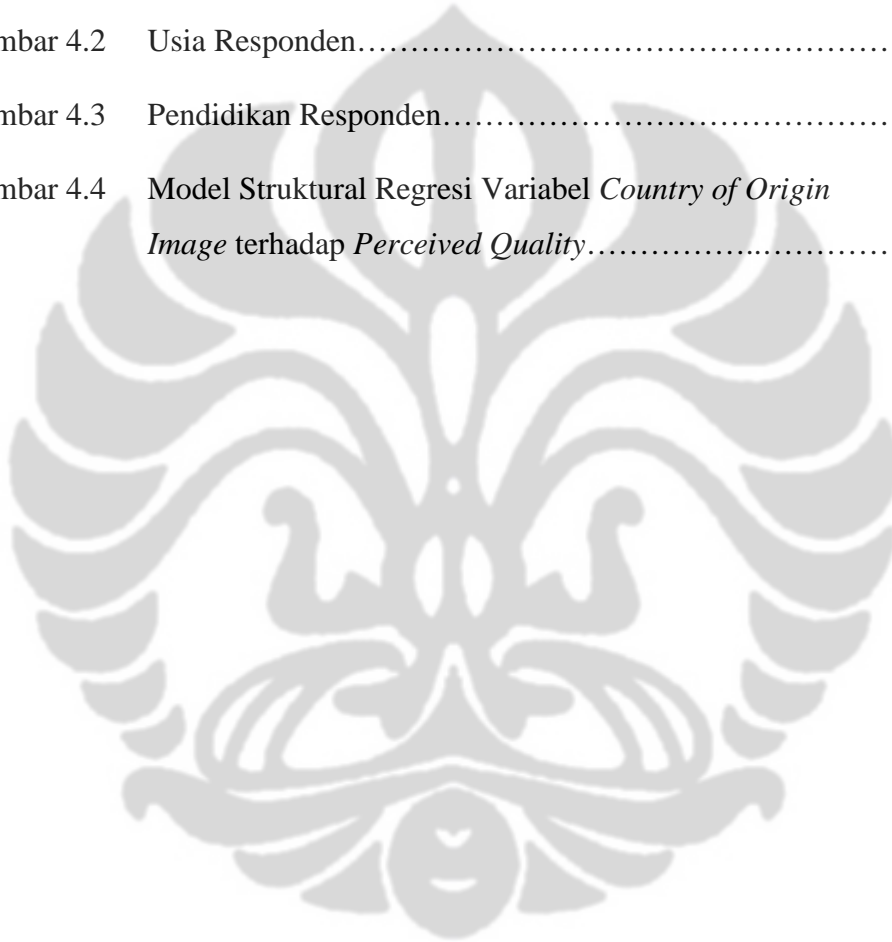
	Penanganan dalam Mengatasi Kerusakan <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	119
Tabel 4.63	Uji Bonferroni Indikator Kedua Dimensi <i>Serviceability</i>	120
Tabel 4.64	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Cabang <i>Service</i> yang Dimiliki <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	121
Tabel 4.65	Uji Bonferroni Indikator Ketiga Dimensi <i>Serviceability</i>	122
Tabel 4.66	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Alternatif Sarana yang Bisa Digunakan untuk Menghubungi <i>Customer Service</i> (seperti telepon, <i>fax</i> , <i>email</i> , dll) <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	123
Tabel 4.67	Uji Bonferroni Indikator Kelima Dimensi <i>Serviceability</i>	124
Tabel 4.68	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Bentuk <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	125
Tabel 4.69	Uji Bonferroni Indikator Pertama Dimensi <i>Fit and Finish</i> ...	126
Tabel 4.70	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Warna <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	127
Tabel 4.71	Uji Bonferroni Indikator Kedua Dimensi <i>Fit And Finish</i>	128
Tabel 4.72	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Bahan <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	129
Tabel 4.73	Uji Bonferroni Indikator Ketiga Dimensi <i>Fit And Finish</i>	130
Tabel 4.74	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variasi Pilihan Ukuran <i>Notebook</i> pada Merek yang Dimiliki.....	131
Tabel 4.75	Uji Bonferroni Indikator Keempat Dimensi <i>Fit and Finish</i> ..	132
Tabel 4.76	Hasil Uji <i>One-Way-Anova</i> pada Dimensi <i>Country of</i> <i>Origin Image</i>	133
Tabel 4.77	Hasil Uji Bonferroni pada Dimensi <i>Country of Origin Image</i>	134
Tabel 4.78	Hasil Uji Homogeneous Subsets pada Dimensi <i>Country of Origin Image</i>	134
Tabel 4.79	Hasil Uji <i>One-Way-Anova</i> pada Variabel	

	<i>Perceived Quality</i>	135
Tabel 4.80	Hasil Uji Bonferroni pada Variabel <i>Perceived Quality</i>	136
Tabel 4.81	Hasil Uji Homogeneous Subsets pada Variabel <i>Perceived Quality</i>	136
Tabel 4.82	Korelasi dan Determinasi Model Penelitian <i>Country of Origin Image</i> terhadap <i>Perceived Quality</i>	138
Tabel 4.83	Uji Anova Model Penelitian <i>Country of Origin Image</i> terhadap <i>Perceived Quality</i>	138
Tabel 4.84	Hasil Uji <i>One Way Anova</i> H ₂ (a), H ₂ (b).....	139



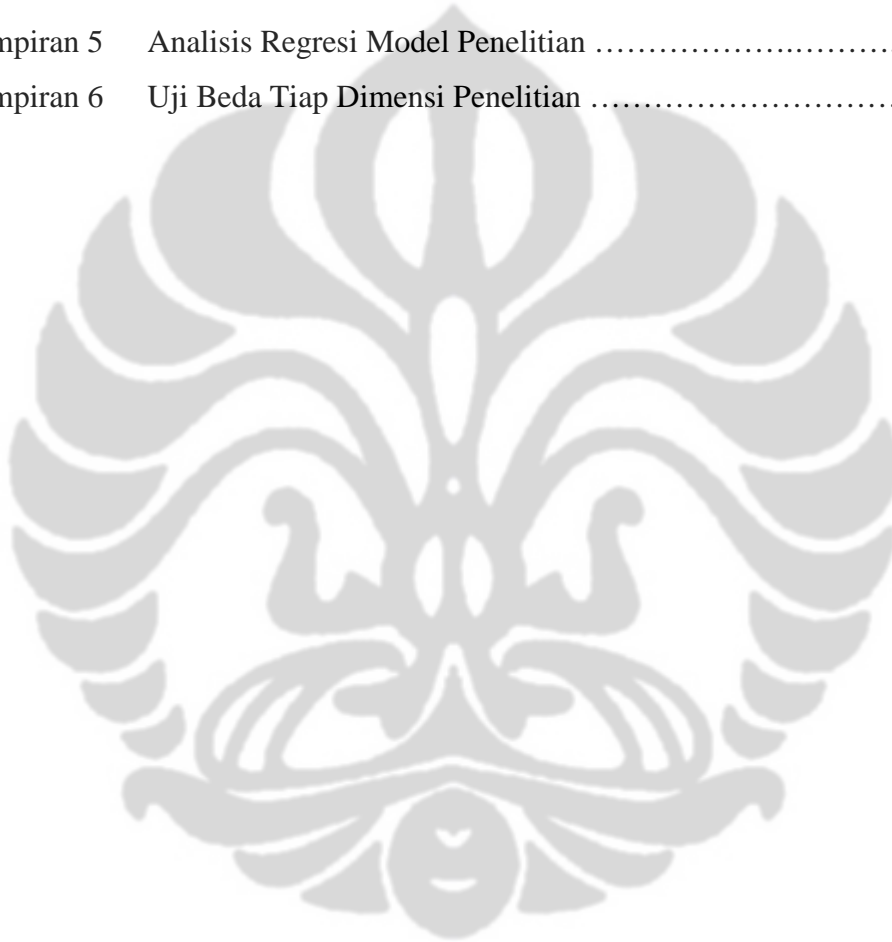
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep <i>Brand Equity</i>	19
Gambar 2.2	Bagan Nilai dari Persepsi Kualitas.....	24
Gambar 2.3	Model Analisis Penelitian.....	28
Gambar 4.1	Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.2	Usia Responden.....	63
Gambar 4.3	Pendidikan Responden.....	64
Gambar 4.4	Model Struktural Regresi Variabel <i>Country of Origin Image</i> terhadap <i>Perceived Quality</i>	137



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	149
Lampiran 2	Hasil Pretest Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Penelitian.....	155
Lampiran 3	Validitas dan Reliabilitas Survey Lapangan	170
Lampiran 4	Analisis Deskriptif (Mean, Modus, <i>One Way Anova</i>) Per Indikator	184
Lampiran 5	Analisis Regresi Model Penelitian	233
Lampiran 6	Uji Beda Tiap Dimensi Penelitian	234



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Grasia Veranita

Tempat, Tanggal Lahir : Dumai, 4 Juni 1986

Alamat : Jln. Teratai XI Blok D5 / No. 8 A Taman Duta
Cisalak, Depok 16416.

Kontak Pribadi : 021-8701274 / 021-98650376 / 085217401898

Email : grasia.veranita@yahoo.com

Nama Orang Tua :

Ayah : Luhut Purba

Ibu : Rospita Nainggolan

Riwayat Pendidikan Formal :

2007-2009 : Ekstensi Administrasi Niaga (Konsentrasi
Pemasaran) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Indonesia Depok

2004-2007 : Adminstrasi Perkantoran dan Sekretaris Program
Diploma Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Indonesia Depok

2001-2004 : SMUN 1, Dumai

1998-2001 : SLTP YKPP, Dumai

1992-1998 : SD 2 YKPP, Dumai