

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP PERSEPSI
KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK MOBIL BUATAN
JERMAN, AMERIKA, DAN JEPANG**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister Management

Ermawaty Ratna

0606147270



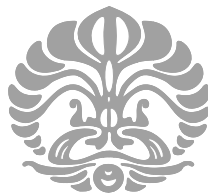
**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER MANAGEMENT
JAKARTA
MARET
2009**

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP PERSEPSI
KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK MOBIL BUATAN
JERMAN, AMERIKA, DAN JEPANG**

TESIS

Ermawaty Ratna

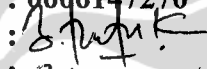
0606147270



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER MANAGEMENT
JAKARTA
MARET
2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ermawaty Ratna
NPM : 0606147270
Tanda Tangan : 
Tanggal : 31 Maret 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Akhir ini diajukan oleh :
Nama : **Ermawaty Ratna**
NPM : 060616147270
Program Studi : **MAGISTER MANAJEMEN**
Judul Karya Akhir : Pengaruh Country Of Origin Terhadap Persepsi
Konsumen Pada Kualitas Produk Mobil Buatan
Jerman, Amerika Dan Jepang.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

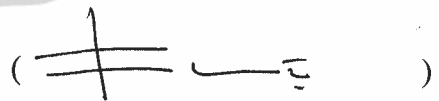
Pembimbing : **Dr. Adi Zakaria Afiff**

()

Penguji : Bagio N. Karno, MBA

()

Penguji : Dr. Firmanzah

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Maret 2009

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan thesis ini. Penulisan thesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Management untuk program studi Magister Management pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan thesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan thesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

- (1) Rhenald Khasali, Phd selaku ketua program Magister Management FE UI;
- (2) Dr. Adi Zakaria Afiff, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan thesis ini;
- (3) Seluruh dosen pengajar, staff akademik, staff administrasi dan petugas perpustakaan MM FEUI yang telah membantu selama penulis mengikuti perkuliahan;
- (4) Kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
- (5) Kakak saya Ida yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan thesis ini;
- (6) Teman-teman satu bimbingan, Anggie, Budi dan Doni, yang telah banyak memberika semangat untuk tetap terus berjuang;

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga thesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu

Jakarta, Maret 2009

Ermawaty Ratna

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

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


Nama : Ermawaty Ratna
NPM : 0606147270
Program Studi : Magistes Management
Fakultas : Ekonomi
Jenis karya : Tesis

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 Terhadap Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk Mobil Buatan Jerman, Amerika dan Jepang

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal: 31 Maret 2009
Yang Menyatakan


(ERMawaty Ratna.....)

ABSTRAK

Nama : Ermawaty Ratna
Program Studi : Magister Management
Judul : Pengaruh *Country of Origin* Terhadap Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk Mobil Buatan Jerman, Amerika, dan Jepang

Tesis ini membahas mengenai pengaruh *Country of Origin* terhadap persepsi konsumen pada kualitas mobil dengan tiga tipe yang berbeda yaitu sedan, jeep, dan SUV, dimana negara asal mobil adalah Jerman, Amerika, dan Jepang. Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana analisa dilakukan secara deskriptif. Adapun hasil penelitian ini secara keseluruhan adalah secara deskriptif mobil sedan dengan *country of origin* Jepang dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih tinggi di bandingkan mobil sedan dengan *country of origin* Jerman dan Amerika, mobil jeep dengan *country of origin* Jerman dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih tinggi di bandingkan mobil jeep dengan *country of origin* Jepang dan Amerika, dan untuk mobil SUV *origin* Jepang dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih tinggi di bandingkan mobil SUV dengan *country of origin* Jerman dan Amerika. Hasil penelitian ini menyarankan untuk mobil sedan Jerman agar terus meningkatkan kualitas agar tidak kalah bersaing dengan mobil sedan Jepang, untuk mobil jeep Amerika agar dapat melakukan promosi terkait dengan kualitas mobilnya.

Kata kunci :
Country of Origin, Persepsi Kualitas

ABSTRACT

Name : Ermawaty Ratna
Study Program: Magister Management
Title : The Effect of *Country of Origin* towards Consumer's Perception Regarding the Quality of Automobile Originated from Germany, USA and Japan.

This thesis will discuss the effect of *Country of Origin* towards Consumer's Perception regarding the quality of three types of automobile; Sedan, Jeep and SUV from Germany, USA and Japan.

This study will focus on the quantitative side. The findings of this study demonstrate that based on descriptive analysis Sedans with Japan as the *Country of Origin* are viewed to have a better quality compared to the other sedans with Germany and USA as the *Country of Origins*. Moreover, Jeeps with Germany as the *Country of Origin* are viewed to have a better quality compared to the other jeeps with Japan and USA as the *Country of Origins*. And furthermore, SUVs with Japan as the *Country of Origin* are viewed to have a better quality compared to the other sedans with Germany and USA as the *Country of Origins*. This analysis suggests that German sedans should improve their automobile quality thus will be able to match the quality of Japanese sedans, while American Jeeps should continue their promotion towards better quality products.

Keywords: Country of Origin, Perceived Quality

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	vi
ABSTRAK BAHASA INGGRIS.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah dan Tujuan Penulisan	4
1.4 Sistematika Penulisan	6
2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep Inti Permasalahan	7
2.2 Brand Equity	9
2.2.1 Brand Awareness	10
2.2.2 Brand Associations.....	11
2.2.3 Perceived Quality	12
2.2.4 Brand Loyalty	14
2.3 Negara Asal (<i>Country of Origin</i>)	15
3. METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Desain Eksperimen	22
3.1.1 Responden	22
3.1.2 Variabel Independen	22

3.1.3 Variabel Dependen	23
3.1.4 Pretest	24
3.2 Desain Kuesioner	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Metode Analisis	26
4. ANALISA DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Profile Responden.....	27
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	27
4.1.2 Usia Responden	28
4.1.3 Status Perkawinan	29
4.1.4 Pekerjaan Responden	29
4.1.5 Penghasilan Perbulan	30
4.1.6 Status Tempat Tinggal	31
4.1.7 <i>Country Of Origin</i> Mobil Yang di Miliki oleh Responden	32
4.1.8 Jumlah Responden Berdasarkan Tipe Mobil	33
4.1.9 Jumlah Responden Berdasarkan <i>Country of Origin</i>	34
4.1.10 Jumlah Responden Berdasarkan Sel Penelitian	35
4.1.11 Profile Respoden Secara Umum dan Terbanyak	36
4.2 Tingkat Awareness Responden Terhadap Merek-Merek Mobil	37
4.2.1 Top of Mind Awareness Responden Terhadap Merek-Merek Mobil	37
4.2.2 Unaided Awareness Responden Terhadap Merek-Merek Mobil.	39
4.3 Analisis Deskriptif Pengaruh Country of Origin Terhadap Persepsi Kualitas Responden	40
4.3.1 Mean Kinerja Mesin Mobil	40
4.3.2 Mean Kenyamanan Mobil	42
4.3.3 Mean Keamanan Mobil	43
4.3.4 Mean Teknologi Mobil	44
4.3.5 Mean Feature Mobil	45
4.3.6 Mean Harga Mobil.....	47
4.4 Pembahasan	49
4.5 Implikasi Managerial.....	50

5. KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
 DAFTAR PUSTAKA	 61



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Profil Responden Secara Umum dan Terbanyak	36
Tabel 4.2	Kesimpulan Mean Atribut Kualitas.....	47
Tabel 4.3	Kesimpulan Mean Atribut Kualitas Secara Keseluruhan.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ekuitas Merek.....	10
Gambar 2.2	Nilai Dari Kesan Kualitas.....	14
Gambar 3.1	Metode Pengumpulan Data	25
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden	27
Gambar 4.2	Usia Responden	28
Gambar 4.3	Status Perkawinan Responden	29
Gambar 4.4	Status Pekerjaan Responden	30
Gambar 4.5	Penghasilan Responden	31
Gambar 4.6	Status Tempat Tinggal Responden	32
Gambar 4.7	<i>Country of Origin</i> Mobil Responden	33
Gambar 4.8	Jumlah Responden Berdasarkan Tipe Mobil	34
Gambar 4.9	Jumlah Responden Berdasarkan <i>Country of Origin</i>	35
Gambar 4.10	Jumlah Responden Berdasarkan <i>Country of Origin</i> dan Tipe Mobil.....	36
Gambar 4.11	TOM Awareness atas Merek-Merek Mobil	38
Gambar 4.12	Unaided Awareness atas Merek-Merek Mobil	39
Gambar 4.13	Mean Kinerja Mesin Mobil	41
Gambar 4.14	Mean Kenyamanan Mobil	42
Gambar 4.15	Mean Keamanan Mobil	43
Gambar 4.16	Mean Teknologi Mobil	44
Gambar 4.17	Mean Feature Mobil	46
Gambar 4.18	Mean Harga Mobil.....	47
Gambar 4.19	Kesimpulan Mean Atribut Kualitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I Kuesioner
2. Lampiran II Hasil Output SPSS

