



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI**

Skripsi

**PENGARUH NEGARA ASAL (*COUNTRY OF ORIGIN*)
SUATU MEREK TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(STUDI PADA PRODUK LEA JEANS)**

oleh

**DEDY SETIANTO
0606056184**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam
memperoleh gelar
Sarjana Sosial dalam bidang Ilmu Administrasi

Depok, 2008



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dedy Setianto
NPM : 0606056184
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH NEGARA ASAL (*COUNTRY OF ORIGIN*)
SUATU MEREK TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(STUDI PADA PRODUK LEA JEANS)

Benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

3 Juli 2008

DEDY SETIANTO
0606056184



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dedy Setianto

NPM : 0606056184

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Judul Skripsi :

PENGARUH NEGARA ASAL (*COUNTRY OF ORIGIN*)

SUATU MEREK TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*

(STUDI PADA PRODUK LEA JEANS)

Telah diperiksa oleh Ketua Program Sarjana dan Pembimbing serta dinyatakan layak untuk diajukan ke sidang Skripsi Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Disetujui oleh

Ketua Program Sarjana,

Drs. Asrori, MA, FLMI
NIP.130.353.794

Pembimbing,

Drs. Guido Benny, ME
NIP.09.06050081



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dedy Setianto
NPM : 0606056184
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi :

PENGARUH NEGARA ASAL (*COUNTRY OF ORIGIN*)
SUATU MEREK TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(STUDI PADA PRODUK LEA JEANS)

Telah dipertahankan di hadapan sidang Penguji Skripsi Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, pada hari Kamis, 3 Juli 2008 dan dinyatakan :

LULUS

Penguji Skripsi

Ketua Sidang,

Pembimbing,

Drs. Asrori, MA, FLMI
NIP.130.353.794

Drs. Guido Benny, ME
NIP.09.06050081

Penguji Ahli,

Sekretaris Sidang,

Fatimah Muchtar S.Sos., ME
NIP. 09.07050245

Drs. Achamad Fauzi, ME
NIP. 09.00300015

KATA PENGANTAR

Bismillahirohmanirohim

Alhamdulillah, segenap puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan taufik dan inayah-Nya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan Allah kepada Rasul-Nya yang mulia, Muhammad SAW, keluarga dan para pengikutnya hingga akhir jaman.

Skripsi ini penulis buat sebagai upaya memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Sosial pada Universitas Indonesia, Depok. Penulisan Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada lingkungan Mahasiswa/I FISIP Universitas Indonesia, dengan judul “**Pengaruh Negara Asal (*County of Origin*) Suatu Merek Terhadap Repurchase Intention (Studi pada Produk Lea Jeans)**”.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh untuk dikatakan baik apalagi sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dari kemampuan penulis dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan lapang dada. Akhirnya, atas terselesaikan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril, spiritual dan materiil yang sangat membantu dalam pembuatan skripsi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, Ma., selaku Dekan FISIP UI.
2. Prof. Dr. Eko Prasajo, Mag. Rer. Publ, selaku ketua Departemen Ilmu Administrasi.

3. Drs. Asrori, MA, FLMI, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI dan selaku Ketua Sidang Skripsi.
4. Drs. Achmad Fauzi, ME, selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Sarjana Ekstensi FISIP UI dan selaku Sekretaris Sidang Skripsi.
5. Drs. Guido Benny, ME, selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing Skripsi yang berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya selama penyusunan skripsi.
6. Fatimah Muchtar S. Sos., ME, selaku Penguji Ahli Sidang Skripsi.
7. Seluruh dosen dan civitas akademika FISIP UI yang telah banyak memberikan pengetahuan, bimbingan selama penulis menuntut ilmu di FISIP UI.
8. Kepada seluruh karyawan perpustakaan FISIP UI serta seluruh karyawan Perpustakaan Pusat UI.
9. Orangtua penulis, serta kakak-kakak dan adik saya yang selalu memberikan cinta, doa dan dukungannya dalam bentuk moril maupun material.
10. Teman-teman jurusan Ilmu Administrasi Niaga Angkatan 2006 hingga 2007 dan teman-teman kostan di “Pondok Abadi”, karena telah memberikan dukungan, doan dan lain-lain selama penulis kuliah di FISIP UI, yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Penulis, 14 Juni 2008

Dedy Setianto

DAFTAR ISI

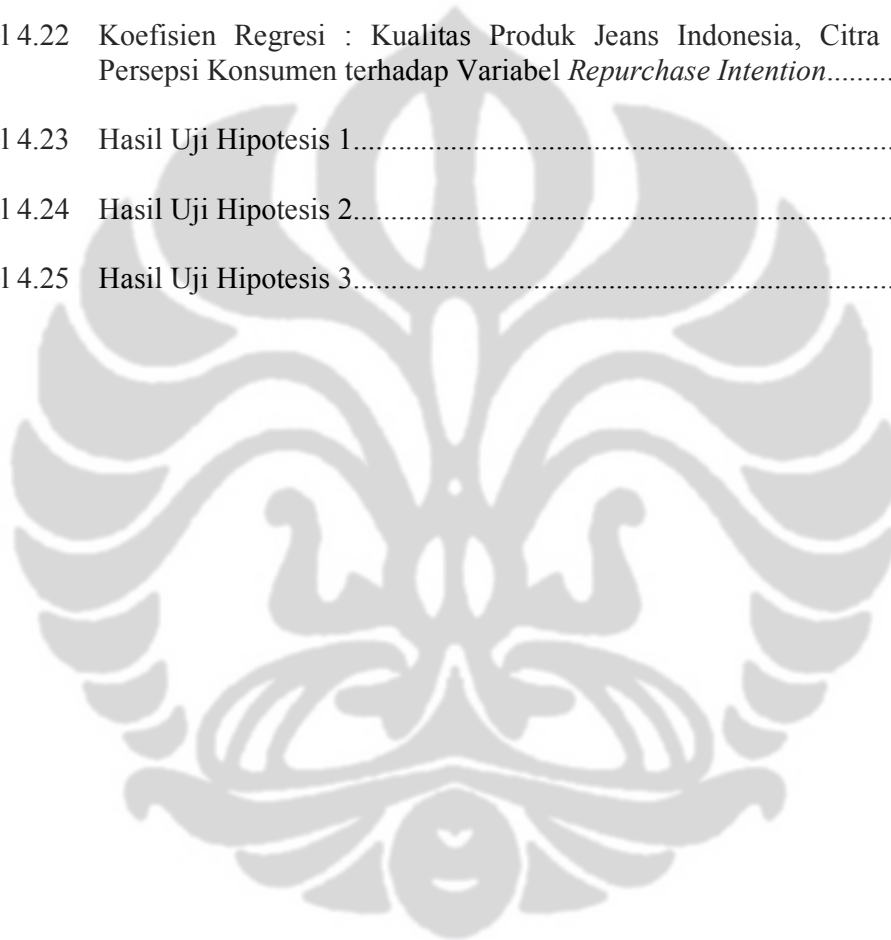
	hal
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	7
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	9
D. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN.....	12
A. Tinjauan Pustaka.....	12
B. Konstruksi Model Teoritis.....	14
1. <i>Country of Origin</i>	14
a. Pengaruh <i>Country of Origin</i> pada Evaluasi Produk.....	20
b. Hubungan antar <i>Country of Origin</i> dengan Kesan Kualitas.....	21
c. Kesan Kualitas Berbagai Produk dari Berbagai Negara Termasuk Produk Domestik yang ada di Indonesia.....	23
2. Merek.....	24
a. <i>Brand Image</i>	26
b. <i>Brand Associations</i>	33
c. <i>Brand Leveraging</i>	34
3 Keputusan Pembelian.....	35
a. Konsep Keputusan.....	35
b. Pengambilan Keputusan Konsumen.....	36
c. Intensi Pembelian Ulang.....	39
i. Intensi.....	39
ii. Pembelian Ulang.....	40
C. Model Analisis.....	41
D. Hipotesis.....	42
E. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	43
F. Metode Penelitian.....	44
1. Pendekatan Penelitian.....	44
2. Tipe Penelitian.....	45

	3. Teknik Pengumpulan Data.....	45
	4. Teknik Analisis Data.....	47
	G. Keterbatasan Penelitian.....	47
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	49
	A. Tinjauan Objek Penelitian.....	49
	1. Produk-produk Lea Jeans.....	50
	2. Gerai Lea Jeans.....	51
	B. Sejarah Perusahaan.....	51
BAB IV	ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	53
	A. Karakteristik Responden.....	53
	A. Jenis Kelamin Responden.....	53
	B. Usia Responden.....	54
	C. Tingkat Pendidikan Terakhir.....	55
	D. Pengeluaran perbulan.....	56
	E. Celana jeans yang dipunyai responden.....	57
	F. Waktu memakai celana jeans.....	58
	B. Validitas dan Reliabilitas Pretest.....	59
	1. Validitas Pretest.....	61
	a. Variabel Kualitas Jeans Indonesia.....	62
	b. Variabel Citra Merek.....	63
	c. Variabel Persepsi Konsumen.....	65
	d. Variabel <i>Repurchase Intention</i>	66
	2. Reliabilitas Pretest.....	67
	C. Analisis Data Deskriptif.....	68
	1. Analisis Deskriptif Kualitas Jeans Indonesia.....	68
	2. Analisis Deskriptif Citra Merek.....	70
	3. Analisis Deskriptif Persepsi Konsumen.....	71
	4. Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	72
	D. Validitas dan Reliabilitas Hasil Penelitian.....	73
	1. Validitas Hasil Penelitian.....	73
	2. Reliabilitas Pretest.....	76
	E. Analisis Inferensial Penelitian	77
	1. Model Regresi Dimensi Kualitas Produk Jeans Indonesia, Citra Merek, Persepsi Konsumen terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	79
	F. Analisis Hipotesis Penelitian.....	82
	1. Analisis Hipotesis 1.....	82
	2. Analisis Hipotesis 2.....	83
	3. Analisis Hipotesis 3.....	84
	G. Implikasi Manajerial.....	85
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	87
	A. Kesimpulan.....	87
	B. Saran	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	90
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Ukuran Validitas.....	60
Tabel 4.2	Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy, Barlet Test of Sphericity dan Total Varians yang Dijelaskan Model Pretest.....	62
Tabel 4.3	Hasil Validitas Pre-Test Variabel Kualitas Jeans Indonesia.....	63
Tabel 4.4	Hasil Validitas Pre-Test Variabel Citra Merek.....	63
Tabel 4.5	Hasil Validitas Pre-Test Variabel Citra Merek Setelah Menghilangkan Indikator ke-4 dan ke-5.....	64
Tabel 4.6	Hasil Validitas Pre-Test Variabel Persepsi Konsumen terhadap Produk Indonesia.....	65
Tabel 4.7	Hasil Validitas Pre-Test Variabel Persepsi Konsumen terhadap Produk Indonesia Setelah Menghilangkan Indikator ke-2.....	66
Tabel 4.8	Hasil Validitas Pre-Test Variabel <i>Repurchase Intention</i>	66
Tabel 4.9	Ukuran Reliabilitas Variabel dan Dimensi Cronbach Alpha.....	67
Tabel 4.10	Nilai Mean, Modus, dan Standard Deviasi pada Dimensi Kualitas Produk Jeans Indonesia.....	69
Tabel 4.11	Nilai Mean, Modus, dan Standard Deviasi pada Dimensi Citra Merek..	70
Tabel 4.12	Nilai Mean, Modus, dan Standard Deviasi pada Dimensi Persepsi Konsumen terhadap Produk Indonesia.....	71
Tabel 4.13	Nilai Mean, Modus, dan Standard Deviasi pada Dimensi <i>Repurchase Intention</i>	72
Tabel 4.14	Nilai KMO Measure of Sampling Adequacy, Barlet Test of Sphericity dan Total Varians yang Dijelaskan Model Hasil Penelitian.....	74
Tabel 4.15	Hasil Validitas Penelitian Kualitas Jeans Indonesia.....	74
Tabel 4.16	Hasil Validitas Penelitian Citra Merek.....	75
Tabel 4.17	Hasil Validitas Penelitian Persepsi Konsumen.....	75
Tabel 4.18	Hasil Validitas Penelitian Pembelian Kembali.....	76

Tabel 4.19	Hasil Validitas Penelitian Reliabilitas Penelitian.....	76
Tabel 4.20	Model Summary: Kualitas Produk Jeans Indonesia, Citra Merek, Persepsi Konsumen terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	79
Tabel 4.21	ANOVA ^b : Kualitas Produk Jeans Indonesia, Citra Merek, Persepsi Konsumen terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	80
Tabel 4.22	Koefisien Regresi : Kualitas Produk Jeans Indonesia, Citra Merek, Persepsi Konsumen terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i>	81
Tabel 4.23	Hasil Uji Hipotesis 1.....	83
Tabel 4.24	Hasil Uji Hipotesis 2.....	84
Tabel 4.25	Hasil Uji Hipotesis 3.....	84



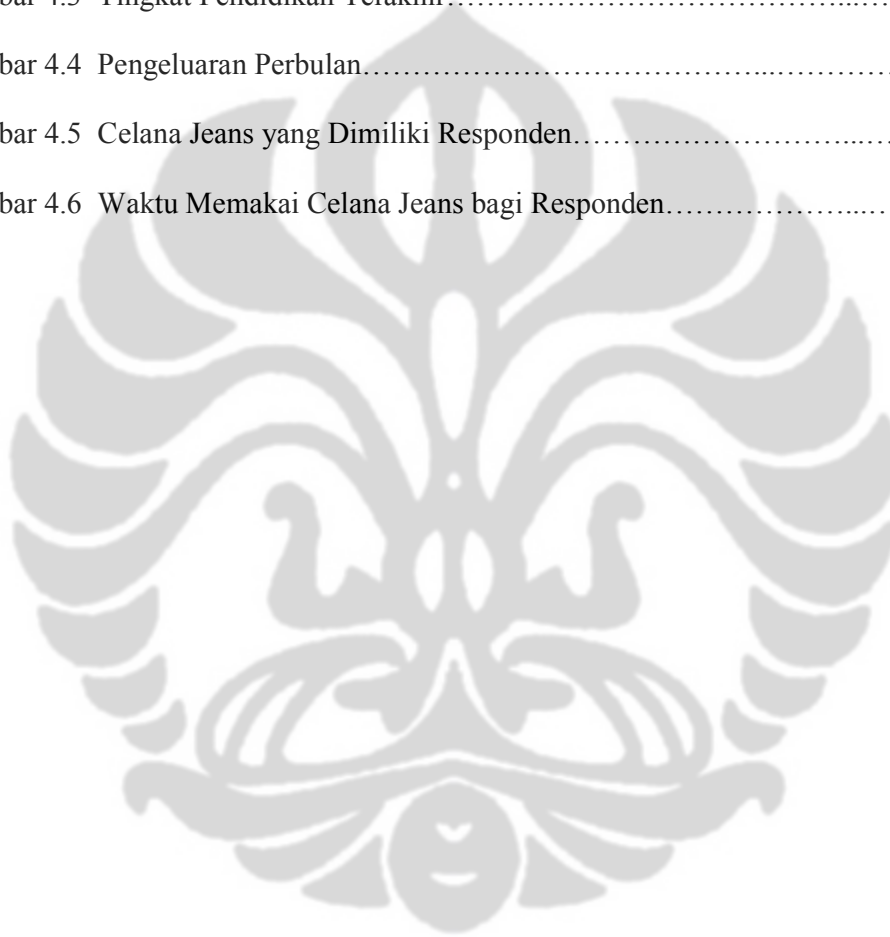
DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1	Tingkatan Pemecahan Masalah yang Dilakukan oleh Konsumen.....	36
Gambar 2.2	Model Pengambilan Keputusan.....	38



DAFTAR GRAFIK

Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	54
Gambar 4.2 Usia Responden.....	55
Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir.....	56
Gambar 4.4 Pengeluaran Perbulan.....	57
Gambar 4.5 Celana Jeans yang Dimiliki Responden.....	58
Gambar 4.6 Waktu Memakai Celana Jeans bagi Responden.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Hasil penelitian dengan menggunakan SPSS 15

