

**PENGARUH EKUITAS MEREK, CITRA NEGARA ASAL DAN GREEN
MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi pada Produk Mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) Toyota di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY, COUNTRY OF ORIGIN IMAGE AND
GREEN MARKETING ON CONSUMER BUYING INTENTION***

(Study at Low Cost Green Car (LCGC) Toyota Car Product in Yogyakarta)



Oleh :

Ilham Adhi Wicaksono

20150410055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

**PENGARUH EKUITAS MEREK, CITRA NEGARA ASAL DAN GREEN
MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi pada Produk Mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* Toyota di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY, COUNTRY OF ORIGIN IMAGE AND
GREEN MARKETING ON CONSUMER BUYING INTENTION***

(Study at Low Cost Green Car (LCGC) Toyota Car Product in Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

Ilham Adhi Wicaksono

20150410055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ilham Adhi Wicaksono

NIM : 20150410055

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARU HEKUITAS MEREK, CITRA NEGARA ASAL DAN GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi pada Produk Mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) Toyota di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 17 Desember 2018

Materai 6.000,-

Ilham Adhi Wicaksono

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”.

(Q.S. Ar-Ra’d:11)

“Bangun ketika orang lain tidur, berjalan ketika orang lain bangun, berlari ketika orang lain berjalan dan sukses ketika orang lain berlari”

“Kawula mung saderma, mobah-mosik kersaning Hyang sukmo”

Lakukan yang kita bisa, setelahnya serahkan kepada Tuhan

“Jika kamu tidak tahan terhadap penatnya belajar, maka kamu akan menanggung bahayannya kebodohan”

(Imam Syafi’i)

“Seringkali kita butuh sendirian jauh dari teman-teman, hanya untuk memperjuangkan mimpi kita yang sudah terlalu banyak dimustahilkan”

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk

Keluarga saya tercinta, bapak, ibu, kakak saya Kharisma Khoirunnisa serta adik Achdan Naufal Qois, dan Rafasya Gafi Alfares terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, kasih sayang dan do'a selama ini yang tiada henti.

Sahabat es teh, freedom dan semua teman-temanku yang tak bisa disebutkan semuanya yang telah mengisi hari-hari saya, serta menjadi tempat bercanda, berdebat, dan bertukar pikiran semasa perkuliahan.

Teman-teman kela B Manajemen 2015 dan seluruh anak Manajemen UMY 2015, yang tidak mungkin saya sebut satu persatu, terimakasih telah menjadi teman seperjuangan semasa kuliah.

Ilham Adhi Wicaksono

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek, citra negara asal dan *green marketing* terhadap minat beli konsumen Mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) Toyota di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel yang diperoleh sebanyak 142 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dan menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji F, uji t, serta koefisien determinasi, dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.0.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa: (1) Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mobil LCGC Toyota, (2) Asosiasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Mobil LCGC Toyota, (3) Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mobil LCGC Toyota, (4) Loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mobil LCGC Toyota, (5) Citra negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mobil LCGC Toyota, (6) *Green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Mobil LCGC Toyota.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Citra Negara Asal, *Green Marketing*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the The Influence of brand equity, country of origin image and green marketing on consumer buying intention Low Cost Green Car (LCGC) Toyota Car in Yogyakarta . In this study the sample obtained as many as 155 respondents selected by using purposive sampling method with data collection techniques using questionnaires. The analysis tool used is Multiple Regression and use validity test, reliability test, t test, F test, and determination using SPSS 21.0 application.

Based on the analysis that has been done, it is obtained that: (1) Brand awareness has a positive and significant effect on consumer buying intention in Toyota LCGC Cars, (2) Brand associations have a insignificant effect on consumer buying intention in Toyota LCGC Cars, (3) Quality perception has a positive effect and significant to the consumer buying intention of Toyota LCGC Cars, (4) Brand loyalty has a positive and significant effect on consumer buying intention in Toyota LCGC Cars, (5) The image of home countries has a positive and significant effect on consumers' buying intention in Toyota LCGC Cars, (6) Green marketing positive and significant effect on consumer buying intention in Toyota LCGC Cars.

Keywords: *Brand Awareness, Brand Association, Quality Perception, Brand Loyalty, Country of Origin Image, Green Marketing.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas berkat rahmat dan hidayah-Nya dan karunia dari Allah SWT kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH EKUITAS MEREK, CITRA NEGARA ASAL DAN GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi pada Produk Mobil *Low Cost Green Car (LCGC)* Toyota di Yogyakarta)”** guna memenuhi salah satu syarat untuk menempuh gelar sarjana (S-1) Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan sehingga tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis didalam penyusunan skripsi ini yaitu kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Retno Widowati, Dra. M.Si., Ph.D. selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, MM. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu, kakak Kharisma Khoirunnisa serta adik Achdan Naufal Qois, dan Rafasya Gafi Alfares selaku keluarga yang telah mendukung serta memberikan semangat sehingga tugas akhir ini dapat segera terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Akhir kata, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, tiada gading yang tak retak. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk memperdalam karya tulis dengan tema ini.

Yogyakarta, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN_PERNYATAAN	v
HALAMAN_MOTTO	vi
HALAMAN_PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Penelitian.....	1
B.Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C.Tujuan Penelitian	7
D.Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	2
A.Landasan Teori	2
1.Minat Beli	2
2.Ekuitas merek (<i>Brand Equity</i>).....	11
3.Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	14
4Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	15
5.Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	15
6.Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	17

7.Citra Negara Asal (<i>Country Of Origin Image</i>)	18
8.Green Marketing	19
B.Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
C.Penurunan Hipotesis	24
D.Model Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A.Subjek dan Objek Penelitian.....	30
B.Jenis Data	30
C.Teknik Pengambilan Sampel	31
D.Teknik Pengumpulan Data	32
E.Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
F.Uji Kualitas Instrumen	38
G.Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A.Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	43
B.Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	48
C.Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	51
D.Pembahasan	55
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	45
A.Simpulan	45
B.Keterbatasan Penelitian	65
C.Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4. 1 Klasifikasi Data Reponden	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	49
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4. 4 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Mobil LCGC.....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2. Karakteristik Data Responden.....	78
Lampiran 3. Uji Validitas	79
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	83
Lampiran 5. Regresi Berganda	86