

**PENGARUH CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL TERHADAP  
KEPUASAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK  
TELEPON PINTAR**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGES AND COUNTRY OF ORIGIN ON  
CONSUMER SATISFACTION AND LOYALTY ON SMARTPHONE  
PRODUCTS***



Oleh

**BARQI FUADY**

**20120410039**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL TERHADAP  
KEPUASAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK TELEPON  
PINTAR**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGES AND COUNTRY OF ORIGIN ON  
CONSUMER SATISFACTION AND LOYALTY ON SMARTPHONE***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**BARQI FUADY**

**20120410039**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Barqi Fuady

Nomor mahasiswa : 20120410039

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK DAN NEGARA ASAL TERHADAP KEPUASAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK TELEPON”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini 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 bahwa karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28 Juli 2019

Materai, 6000,-

## MOTTO

*“Cukuplah ilmu itu menjadi keutamaan bagi seseorang, ia bangga manakala disebut sebagai seorang yang berilmu. Ia juga disebut bodoh manakala meninggalkan bagian dari pengetahuannya, dan jika kata bodoh itu ditujukan kepadanya, tentu ia akan marah.”*

*-Imam Syafi'i-*

*“Barangsiapa yang menempuh suatu perjalanan dalam rangka untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga. Tidaklah berkumpul suatu kaum disalah satu masjid diantara masjid-masjid Allah, mereka membaca Kitabullah serta saling mempelajarinya kecuali akan turun kepada mereka ketenangan dan rahmat serta diliputi oleh para malaikat. Allah menyebut-nyebut mereka dihadapan para malaikat.”*

*-QS AZ-Zumar : 9 -*

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmaanirrahim..*

Syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT dan sholawat serta salam atas Nabi Muhammad SAW. Dengan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat mempersembahkan karya ini untuk :

Kedua orang tua tercinta Abah Abdullah Moh Sungkar dan Mamah Atfiyati Naziyah,  
Serta adik ku Muhammad Hanif.

(terima kasih atas do'a dan pengorbanan yang tiada henti).

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “pengaruh citra merek dan negara asal terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada produk telepon”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan selama proses penulisan karya tulis ini.
3. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi, dan bimbingan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk menyempurnakan karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 28 Juli 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>14</b>
2.1 Negara Asal.....	14
2.2 Citra Merek .....	16
2.3 Kepuasan.....	18
2.4 Loyalitas Konsumen .....	20



2.5 Temuan Riset Terdahulu .....	22
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	26
2.7 Model Penelitian .....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	31
3.2 Objek dan Responden Penelitian .....	31
3.3 Jenis Data.....	32
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.5 Identifikasi Variabel.....	33
3.6 Definisi Operasional.....	33
3.6.1 Variabel Independen.....	33
3.6.2 Variabel Mediasi .....	35
3.6.3 Variabel Dependen .....	36
3.7 Pengujian Kualitas Instrumen.....	36
3.8 Teknik Analisis .....	38
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek/subyek Penelitian .....	40
4.2 Uji Kualitas Instrumen.....	41
4.3 Uji Hipotesis .....	46
4.4 Pembahasan .....	51
<b>BAB V.....</b>	<b>57</b>
5.1 Simpulan .....	57
5.2 Saran .....	58
5.2 Keterbatasan Masalah.....	58

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

1.1. Market Share Telepon Pintar di Indonesia Berdasarkan Tipe Perusahaan Tahun 2015-2017 .....	8
1.2 Telepon paling populer di Indonesia tahun 2018.....	8
1.3 Penghargaan yang diperoleh Perusahaan dan Produk Telepon Oppo Tahun 2016-2017.....	9
2.1 Temuan Riset Terdahulu.....	23
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.3 Statistik Deskriptif Negara Asal.....	44
4.4 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	45
4.5 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	45
4.6 Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	46
4.7 Hasil Analisis Berganda Model 1.....	47
4.8 Hasil Analisi Berganda Model 2.....	48

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian.....	28
4.1. Pengaruh Langsung dan tidak Langsung.....	48
4.2. Kesimpulan.....	50