

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *EVENT SPONSORSHIP* DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survei Kepada Mahasiswa pengguna Smartphone Samsung di Universitas  
Yudharta Pasuruan)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA (S1)**



**MARIATUZ ZAKIA**

**2015.691.000.11**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

**2019**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Country Of Origin*, *Event Sponsorship* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Mahasiswa pengguna Smartphone Samsung di Universitas Yudharta Pasuruan).

Disusun oleh : Mariatuz Zakia

NIM : 201569100011

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

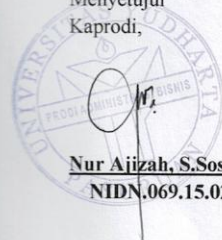
Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Pasuruan, 15 Agustus 2019

Menyetujui  
Kaprod,



**Nur Aijzah, S.Sos, M.AB**  
NIDN.069.15.02.001

Pembimbing,



**M.Sulhan, S.Sos, M.AB**  
NIDN. 069.10.00.039

**LEMBAR PENGESAHAN**

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDARTHA  
PASURUAN PADA :

HARI : KAMIS

TANGGAL : 15 AGUSTUS 2019


JAM : 09.00

JUDUL : PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *EVENT SPONSORSHIP*  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Survei Kepada Mahasiswa pengguna Smartphone Samsung di  
Universitas Yudhartha Pasuruan).

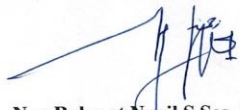
**DINYATAKAN LULUS**

Majelis Penguji

KETUA PENGUJI


  
**Dr. Khoirul Huda, S.H, M.Hum**  
NIP.Y.069.06.01.046

ANGGOTA

  
**Nur Rohmat Nuzil S.Sos, M.AB**  
NIP. Y.069.11.03.044

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

  
**Any Urwatul Wusko S.Sos., M.AB**  
NIP.Y.069.11.03.037

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : MARIATUZ ZAKIA

NIM : 2016.691.000.11

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, menggunakan referensi yang jelas dan bukan merupakan pengambilan karya tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau fikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 15 Agustus 2019

Ya  
  
  
MARIATUZ ZAKIA  
NIM.2015.691.000.11

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas segala karunia dan hidayah-Nya, karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

1. Dua malaikat tak bersayapku, Ayah dan Ibu. Terima kasih atas dukungan, doa, nasihat, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak pernah usai hingga membuatku sadar bahwa berproses memang tidaklah mudah.
2. Dosen pembimbing, pak Sulhan.S.Sos, M.AB. Terima kasih atas waktu dan tenaga yang diberikan untuk membimbing kami serta untuk selalu bersedia kami repotkan selama ini.
3. Teman-teman seperjuangan, “Business 2015”. Terima kasih atas warna-warni kehidupan kampus yang kalian lukiskan selama ini. Tetaplah berjuang teman-teman. Gerbang kehidupan yang sesungguhnya akan segera kita lalui. Doaku selalu menyertai kalian dimana pun kalian berada.

Hanya sebuah karya sederhana dan kata terima kasih yang dapat kupersembahkan, semoga kita semua senantiasa berada dalam lindungan-Nya. Aamiin ya rabbal‘alamin.

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KU PERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK KEDUA ORANG**

**TUAKU KARENA PERJUANGANKU, KERINGATKU**

**BUKANLAH APA-APA JIKA DIBANDINGKAN DENGAN**

**PERJUANGAN MEREKA HINGGA SAAT INI.**

**TERIMAKASIH.....**

**MOTTO**

**NAMANYA PERJUANGAN**

**SEKECIL APAPUN PERJUANGAN TETAPLAH PERJUANGAN**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Mariatuz Zakia, Lahir pada tanggal 14 Oktober 1996, di Pasuruan Jawa Timur. Penulis Merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Arbai dan Ibu Khujuwati.

Penulis pertama kali masuk pendidikan Formal di RA Kartini Karang Kliwon pada tahun 2002 dan tamat RA pada tahun 2004. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan SD di SDN 1 Karang Kliwon Grati Pasuruan, dan tamat pada tahun 2009. Setelah tamat SD, Penulis melanjutkan SLTP di SMPN1 Grati, setelah tamat di SLTP penulis melanjutkan ke SMA ALYASINI Wonorejo dan tamat pada tahun 2015, dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Yudharta Pasuruan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik pada Jurusan Administrasi Bisnis melalui seleksi pendaftaran mahasiswa baru di Universitas Yudharta tersebut.



## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Country Of Origin, Event Sponsorship* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (survei kepada mahasiswa pengguna smartphone samsung di Universitas Yudharta Pasuruan)”** ini dengan baik dan lancar.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus disusun sebagai syarat akademik dalam menyelesaikan studi program Strata 1 (S1) di Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari berbagai kendala dan hambatan. Namun, berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak, akhirnya karya tulis sederhana ini dapat diselesaikan. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Romo K.H. M. Sholeh Bahrudin selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah.
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo SE., ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Any Urwatul Wusko S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Nur Ajizah S.Sos., M.AB selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Bapak Sulhan.S.Sos.M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Keluarga tercinta yang telah begitu tulus memberikan semangat, dorongan dan do'a yang bermanfaat bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
8. Seluruh teman Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya atas segala bantuan dari semua pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Semoga segala jasa dan bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Demikian kata pengantar dari penulis, dengan harapan semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Tiada gading yang tak retak, demikian pula dengan skripsi ini yang jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, kami selaku penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Pasuruan, 15 Agustus 2019

Penulis

## ABSTRAK

**MARIATUZ ZAKIA : 2015.69.10.00.11 PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *EVENT SPONSORSHIP* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Kepada Mahasiswa pengguna Smartphone Samsung di Universitas Yudharta Pasuruan).** Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Yudharta Pasuruan. Dosen Pembimbing **M, Sulhan S.Sos., M.AB**

**Kata Kunci :** *Country Of Origin*, *Event Sponsorship*, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Country Of Origin*, *Event Sponsorship* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dibantu pengolahannya dengan program SPSS (*statistical package for social sciences*) versi 22 sehingga diperoleh data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone samsung* di Universitas Yudharta Pasuruan. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan cara pengumpulan data peneliti menggunakan kuesioner. Variabel independen dalam penelitian ini ada tiga, yaitu *Country Of Origin*, *Event Sponsorship* dan Citra Merek. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *country of origin* berpengaruh positif tidak signifikan. Namun, *country of origin* merupakan variabel yang secara tidak langsung memiliki sedikit pengaruh terhadap keputusan pembelian. *Event sponsorship* berpengaruh negatif dan tidak signifikan, artinya *event sponsorship* merupakan variabel yang tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan, artinya citra merek merupakan variabel yang secara tidak langsung memiliki banyak pengaruh terhadap keputusan pembelian karena semakin tinggi citra suatu merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Secara simultan ketiga variabel yaitu *Country Of Origin*, *Event Sponsorship* dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## ABSTRACT

**MARIATUZ ZAKIA : 2015.69.10.00.11. THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN, EVENT SPONSORSHIP AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS ( a survey of students of Samsung Smartphone users at the Yudharta University of Pasuruan).** Business Administration Study Program Faculty of Social and Political Sciences, University of Yudharta Pasuruan. Supervisor **M,Sulhan S.Sos.,M.AB**

Keywords: Country Of Origin, Event Sponsorship, Brand Image, Purchasing Decisions.

The purpose of this study is to analyze and determine the effect of Of Origin, Event Sponsorship, Brand Image on Purchasing Decisions. This type of research used in this study is multiple linear regression assisted processing with the SPSS (statistical package for social sciences) version 22 program in order to obtain primary data. The population in this study is samsung smartphone users at the University of Yudharta Pasuruan. The technique of determining the sample is done by collected data using a questionnaire. There are three independent variables in this study, namely the Country Of Origin, Event Sponsorship and Brand Image. While the dependent variable in this study is Purchasing Decisions.

The results of this study indicate that partially country of origin had a significant positive effect. However, country of origin is a variable which indirectly has little influence on purchasing decisions. Event sponsorship has a negative and insignificant effect, meaning that event sponsorship is a variable that does not have a direct effect that is not significant on purchasing decisions. Brand image has a positive and significant effect, meaning that brand image is a variable that indirectly has a lot of influence on purchasing decisions because the higher the brand image of a brand can influence purchasing decisions. Simultaneously the three variables namely country of origin, event sponsorship and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala rasa puja dan puji syukur kami haturkan hanya kepada Allah SWT. Tiada kuasa otak ini berfikir, tiada kuasa hati ini berdzikir, dan tiada kuasa tangan ini mengetik, tanpa kekuasaan-Nya. Tuhan pemilik ilmu pengetahuan. Tuhan segala makhluk, Tuhan Maha Pengasih dan Maha Penyayang, berkat Taufiq, hidayah, dan inayah-Mu. Kami bisa menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini.

Untaian sholawat dan salam, kami haturkan kepada junjungan umat islam, sang pujaan hati dambaan jiwa beliau Nabi besar Muhammad SAW. Nabi pembawa risalah yang baik, Nabi pembawa kabar gembira dan peringatan, Utusan sebagai penyempurna akhlakul karimah, Utusan sebagai pembawa rahmat bagi seluruh alam, yakni Addinul Islam Wal Iman.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah skripsi ini telah selesai dengan baik dengan mengambil judul pengaruh ***Pengaruh Country Of Origin, Event Sponsorship dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (survei kepada mahasiswa pengguna smartphone samsung di Universitas Yudharta Pasuruan)***.

Pasuruan 15 Agustus 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR KEASLIAN TULISAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
ABSTRAK .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritik.....	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.2.2 Fungsi- Fungsi Pemasaran.....	19
2.2.3 Konsep Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.4 <i>Country Of Origin</i> .....	21
2.2.5 <i>Event Sponsorship</i> .....	24
2.2.6 Citra Merek.....	25

2.2.7 Keputusan pembelian .....	28
2.3 Kerangka Konseptual .....	36
2.4 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis penelitian .....	39
3.2 Lokasi Penelitian .....	39
3.3 Variabel dan Pengukuran.....	40
3.3.1 Variabel Independen .....	40
3.3.2 Variabel Dependen .....	42
3.3.3 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.4 Pengukuran Variabel .....	47
3.5 Populasi dan Sampel.....	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.7 Teknis Analisis .....	50
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	52
3.8.1 Uji Linieritas.....	52
3.7.2 Uji Normalitas .....	53
3.9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.9.1 Uji R .....	54
3.9.2 Uji Parsial .....	54
3.9.3 Uji Simultan.....	55
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	56
4.2 Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas.....	60
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Angkatan.....	60
4.3 Uji Instrumen .....	61
4.3.1 Uji Validitas.....	61

4.3.2 Uji Reabilitas .....	62
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	63
4.4.1 Uji Linieritas .....	63
4.4.2 Uji Normalitas .....	64
4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel .....	65
4.5.1 Variabel <i>Country Of Origin</i> .....	66
4.5.2 Variabel <i>Event Sponsorship</i> .....	69
4.5.3 Variabel Citra Merek .....	70
4.5.4 Variabel Keputusan Pembelian .....	73
4.6 Hasil analisis Linier Berganda.....	76
4.7 Pengujian Hipotesis .....	77
4.7.1 Pengujian Hipotesis 1.....	77
4.7.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	78
4.7.3 Pengujian Hipotesis 3 .....	79
4.7.4 Pengujian Hipotesis 4 .....	80
4.8 Uji Koefisien Determinan.....	81
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
4.9.1 Pengaruh <i>Country Of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	82
4.9.2 Pengaruh <i>Event Sponsorship</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	83
4.9.3 Pengaruh Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	84
4.9.4 Pengaruh <i>Country Of Origin, Event Sponsorship, dan Citra</i> <i>Merek</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	85
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	
LAMPIRAN.....	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2.2 Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Distribusi Skor Jawaban Kuisisioner.....	48
Tabel 4.1 Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	59
Tabel 4.2 Presentase Berdasarkan Fakultas .....	60
Tabel 4.3 Presentase Berdasarkan Angkatan .....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas .....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Contry Of Origin.....	66
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Event Sponsorship .....	68
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	70
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis 1 .....	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis 2.....	79
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis 3 .....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Silmutan F .....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 2.2 Hipotesis Penelitian .....	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	64