

**PENGARUH MEREK DAN NEGARA ASAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG DAN REALME
(STUDI KASUS: ITC ROXY MAS JAKARTA)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen –Strata 1



NAMA : Gilang Fadh Zhal

NIM : 041601503125091

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2020

**PENGARUH MEREK DAN NEGARA ASAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG DAN REALME
(STUDI KASUS: ITC ROXY MAS JAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA MANAJEMEN
Program Studi Manajemen –Strata 1**



OLEH:

NAMA : Gilang Fadh Zhal

NIM : 041601503125091

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

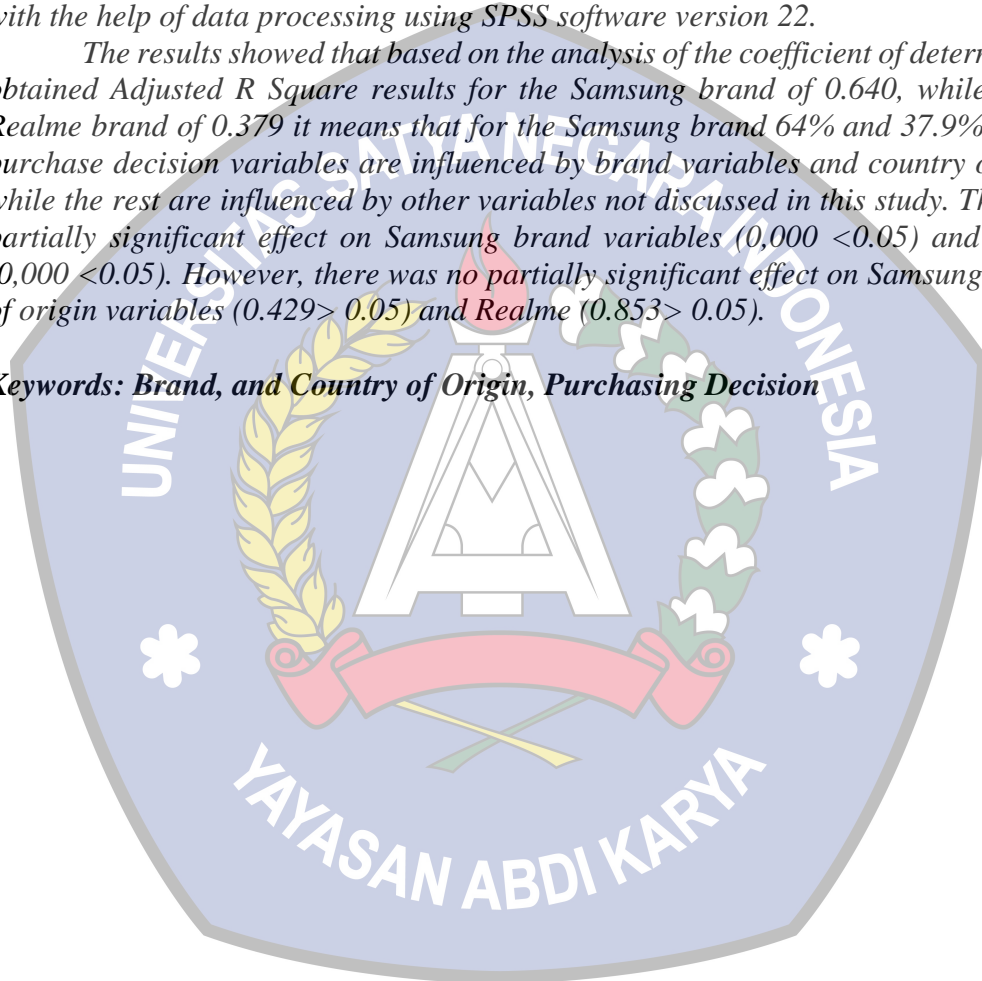
2020

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand and country of origin partially and simultaneously on purchasing decisions. This type of research used in this study is causal and comparative. The sample in this study amounted to 50 respondents who bought a Samsung smartphone and 50 respondents who bought a Realme smartphone at ITC Roxy Mas Jakarta. The research method uses multiple linear regression analysis with the help of data processing using SPSS software version 22.

The results showed that based on the analysis of the coefficient of determination obtained Adjusted R Square results for the Samsung brand of 0.640, while for the Realme brand of 0.379 it means that for the Samsung brand 64% and 37.9% Realme purchase decision variables are influenced by brand variables and country of origin while the rest are influenced by other variables not discussed in this study. There is a partially significant effect on Samsung brand variables ($0,000 < 0.05$) and Realme ($0,000 < 0.05$). However, there was no partially significant effect on Samsung country of origin variables ($0.429 > 0.05$) and Realme ($0.853 > 0.05$).

Keywords: Brand, and Country of Origin, Purchasing Decision



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek dan negara asal secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal dan komparatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden yang membeli *smartphone* Samsung dan 50 responden yang membeli *smartphone* Realme di ITC Roxy Mas Jakarta. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan *software* SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh hasil *Adjusted R Square* untuk merek Samsung sebesar 0,640, sedangkan untuk merek Realme sebesar 0,379 artinya bahwa untuk merek Samsung 64% dan Realme 37,9% variabel keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel merek dan negara asal sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas di dalam penelitian ini. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial pada variabel merek Samsung ($0,000 < 0,05$) dan Realme ($0,000 < 0,05$). Namun, tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial pada variabel negara asal Samsung ($0,429 > 0,05$) dan Realme ($0,853 > 0,05$).

Kata Kunci: Merek, dan Negara Asal, Keputusan Pembelian