

Universitas BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

Skripsi Strata I

Semester 8 tahun 2000

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK HARD DISK DRIVE
BERDASARKAN CITRA DARI NEGARA ASAL(COUNTRY OF ORIGIN) DAN
NEGARA PEMBUAT (COUNTRY OF MANUFACTURE)

Pomin Fransis

NIM : 0441960067

Abstrak

Sejalan dengan semakin meningkatnya aktifitas produksi barang dan permintaan konsumen yang bersifat global, penelitian Bisnis Internasional dan Pemasaran Internasional menjadi semakin penting. Salah satu konsep dari Bisnis Internasional dan Pemasaran Internasional itu adalah efek dari citra negara pada evaluasi konsumen terhadap barang dan jasa. Sejalan dengan usaha globalisasi pemasaran yang berlanjut, hubungan citra negara dengan produk dan perilaku pembelian menjadi lebih penting.

Persaingan yang semakin ketat dalam pasar global mendorong setiap negara yang melakukan proses produksi untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh mereka (Country of Origin dan Country of Manufacture). Penelitian ini mencari pemahaman sejauh mana fenomena COO dan COM dipakai oleh konsumen dalam batas kemampuan mereka untuk menilai suatu produk.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dalam pengumpulan datanya menggunakan metode survey (Schedule Questionair). Dalam pengukuran variable-variabel tersebut digunakan skala likert, dengan menggunakan 7 point skala dalam penilaian yang mempunyai range dari skala 1 sampai dengan 7.

Penelitian ini menunjukkan pentingnya informasi mengenai COO dan COM dalam mempengaruhi persepsi konsumen dan pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku pembelian. Penelitian ini juga menunjukkan fenomena COO ternyata lebih kuat dibandingkan dengan fenomena COM dalam mempengaruhi persepsi konsumen. Sedangkan pada negara COM ternyata tidak ada pemilihan negara, semua berkedudukan sama dalam persepsi konsumen.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para pengambil keputusan dalam menentukan keputusan sumber (sourcing decision) karena dapat mempertimbangkan bagaimana reaksi konsumen terhadap produk yang diproduksi di suatu negara di pasarkan di negara lain.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa . Atas rahmat-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis layaknya sebagai manusia yang jauh dari kesempurnaan mengalami berbagai kendala kesulitan, namun berkat doa restu, dorongan, motivasi, dan bimbingan serta nasehat yang berharga dari berbagai kalangan akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus terutama kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta, yang senantiasa memberikan doa restu, dorongan, motivasi, dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Ir.Th.Widia Soeryaningsih sebagai Rektor Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Ibu Agustina Tutik, Skom. MM, yang sangat baik hati dan mau bersabar membantu menyelesaikan kesulitan-kesulitan yang penulis hadapi.
4. Ibu Hikmasafrina Munir, SE,MBA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, serta petunjuk dalam penulisan.
5. Adik-adik, terima kasih atas dukungannya dan waktu-waktu tenang tanpa ada gangguan untuk berpikir.

6. Saudara kerabat penulis yang telah mau mengerti dan memberi ruang gerak.
7. Kristine, terima kasih atas segala, informasi, nasehat dan kesempatan bertukar pikiran.
8. Christophorus Jopie dan partner, Mahasiswa Universitas Trisakti yang mau meluangkan waktunya untuk menemani, dan membantu mengakses informasi bagi penulis di Perpustakaan Trisakti.
9. Teman-teman di Café Oshin; Fu Sin Fu, Bui Khian, Ferry dan Dharma , dll; atas suasana canda-tawa dan perdebatan yang menghilangkan stress.
10. Hoi Cong atas segala informasi yang membantu.
11. Erika atas segala gurauannya ditelepon yang menambah semangat dan keinginannya untuk menonton sidang.
12. Untuk seluruh pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan waktunya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Atas saran dari pembaca, penulis ucapkan terima kasih. Akhir kata penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi dunia pendidikan.

Jakarta, Juli 2000

Pomin Fransis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5 Metodologi Penelitian	7
1.6 Sistematika Pembahasan	8

2 LANDASAN TEORI

2.1 Teori-teori Pendukung

2.11 Persepsi	10
---------------------	----

	2.1.2 Negara asal (Country of Origin)	10
	2.1.3 Negara Pembuat (Country of Manufacturing).	14
	2.1.4 Merek (Brand Name).....	15
	2.1.5 Hubungan merek dengan negara asal	17
	2.1.6 Peranan konsumen terhadap penentuan sumber	19
	2.1.7 Sourcing Decision	20
	2.1.8 Citra negara	21
	2.2 Kerangka Pemikiran	28
	2.3 Hipotesis.....	31
3	Metodologi Penelitian	32
	3.1 Rancangan	32
	3.2 Variabel dan pengukuran.....	33
	3.3 Operasional variabel	38
	3.4 Definisi Operasional variabel	39
	3.5 Prosedur Sampling	39
	3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
	3.7 Metode Analisis Data	41
	3.7.1 Reliabilitas dan validitas item.....	41
	3.7.2 Korelasi Kendall Tau-b	42
	3.7.3 Analisis Faktor (Factor analysis).....	42
	3.7.4 Uji-t	43
	3.7.5 Analisis Variansi (ANOVA)	43

4	ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	
	4.1 Analisis persepsi konsumen berdasarkan Negara Asal (COO)	
	dan Negara Pembuat (COM)	44
	4.1.1 Profil responden	44
	4.1.2 Reliabilitas dan Validitas Responden	46
	4.1.3 Korelasi 4 dimensi citra negara	50
	4.1.4 Faktor Loading dari citra negara	54
	4.1.5 Uji-t.....	55
	4.1.6 Analisis Variansi (ANOVA).....	56
	4.2 Pemilihan Negara Asal (COO) dan Negara Pembuat (COM)	57
	4.3 Pemilihan Negara diantara COM	58
	4.4 Evaluasi terhadap Hasil Penelitian	59
5	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan.....	61
	5.2 Saran	62

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Operasional Variabel	38
2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	45
4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	46
5	Hasil Uji Reliabilitas Quantum	47
6	Hasil Uji Reliabilitas Fujitsu	47
7	Hasil Uji Reliabilitas Samsung	48
8	Hasil Uji Validitas Quantum	48
9	Hasil Uji Validitas Fujitsu	49
10	Hasil Uji Validitas Samsung	49
11	Korelasi Quantum Amerika	50
12	Korelasi Quantum Cina	51
13	Korelasi Quantum Singapore	51
14	Korelasi Quantum Malaysia	51
15	Korelasi Fujitsu Jepang	51
16	Korelasi Fujitsu China	52
17	Korelasi Fujitsu Singapore	52
18	Korelasi Fujitsu Malaysia	52
19	Korelasi Samsung Korea	52
20	Korelasi Samsung China	53
21	Korelasi Samsung Singapore	53

22	Korelasi Samsung Malaysia	53
23	Factor Loading (Factor Analysis) dari citra negara	54
24	T-test Quantum	55
25	T-test Fujitsu	55
26	T-test Samsung	55
27	Uji Signifikansi Perbedaan Persepsi Konsumen Dalam Keempat Dimensi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1	Kerangka Pemikiran	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuisioner	L1
2 Hasil Print Out Analisa Data (SPSS)	L5
i. Reliability Quantum in Amerika	L5
ii. Reliability Quantum in China	L6
iii. Reliability Quantum in Singapore	L7
iv. Reliability Quantum in Malaysia	L8
v. Reliability Fujitsu in Jepang	L9
vi. Reliability Fujitsu in China	L10
vii. Reliability Fujitsu in Singapore	L11
viii. Reliability Fujitsu in Malaysia	L12
ix. Reliability Samsung in Korea	L13
x. Reliability Samsung in China	L14
xi. Reliability Samsung in Singapore	L15
xii. Reliability Samsung in Malaysia	L16
xiii. Korelasi Quantum made in Amerika	L17
xiv. Korelasi Quantum made in China	L17
xv. Korelasi Quantum made in Singapore	L18
xvi. Korelasi Quantum made in Malaysia	L18
xvii. Korelasi Fujitsu made in Jepang	L19
xviii. Korelasi Fujitsu made in China	L19

xix.	Korelasi Fujitsu made in Singapore	L20
xx.	Korelasi Fujitsu made in Malaysia	L20
xxi.	Korelasi Samsung made in Korea	L21
xxii.	Korelasi Samsung made in China	L21
xxiii.	Korelasi Samsung made in Singapore	L22
xxiv.	Korelasi Samsung made in Malaysia.....	L22
xxv.	Factor Analisis keempat dimensi pembentuk citra negara ketiga merek	L23
xxvi.	Factor Analisis keempat dimensi pembentuk citra negara merek Quantum	L24
xxvii.	Factor Analisis keempat dimensi pembentuk citra negara merek Fujitsu	L25
xxviii.	Factor Analisis keempat dimensi pembentuk citra negara merek Samsung.....	L26
xxix.	T-Test Fujitsu.....	L27
xxx.	T-Test Quantum.....	L27
xxxi.	T-Test Samsung	L28
xxxii.	Deskriptif dan Anova Quantum	L29
xxxiii.	Deskriptif dan Anova Fujitsu	L30
xxxiv.	Deskriptif dan Anova Samsung	L31
xxxv.	Lampiran hasil kuisisioner	L32