

## **HALAMAN MOTTO**

“Bekerja keraslah didunia yang keras ini”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

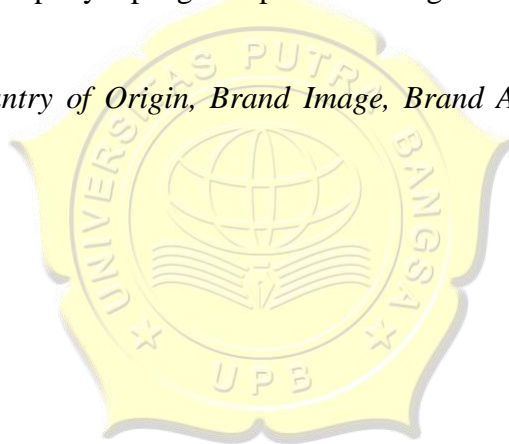
Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kebahagiaan dan kelancaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Ibu Wiji Indah Yuliani dan Bapak Slamet Afandi yang selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat, motivasi, kekuatan maupun bantuan finansial sehingga penulis bisa menjalani hidup dan dapat terus berjuang dalam mencapai cita-cita yang ingin penulis wujudkan.
2. Nenek dan Kakek penulis yang selalu menantikan penulis bisa memperoleh gelar Sarjana.
3. Nanang Hendrik Andiko yang sudah memberikan semangat dan motivasi untuk penulis.
4. Teman-teman seperjuangan khususnya Program Studi S1 Manajemen Kampus 2 di Kemranjen, Banyumas.
5. Para dosen yang tanpa pamrih telah memberikan pengarahan serta bimbingan.
6. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan kebaikan dari awal hingga akhir.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian *Moisturizer Skintific* pada Gen Z di Kabupaten Cilacap. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen berumur 17 sampai 26 tahun yang pernah melakukan pembelian *moisturizer Skintific* minimal satu kali pembelian. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah *Country of Origin* (X1), *Brand Image* (X2) dan *Brand Awareness* (X3), sedangkan variabel dependen (terikat) adalah Keputusan Pembelian (Y). Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis dan interpretasi data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda, sesuai model yang dikembangkan dalam penelitian ini, serta dioperasikan dengan bantuan program *SPSS windows 26.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (1) *Country of Origin* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) *Brand Image* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) *Brand Awareness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Country of Origin, Brand Image, Brand Awareness, Keputusan Pembelian*



## **ABSTRACTION**

*This study aims to determine the effect of Country of Origin, Brand Image and Brand Awareness on Skintific Moisturizer Purchasing Decisions on Gen Z in Cilacap Regency. The population in this study were all consumers aged 17 to 26 years who had purchased Skintific moisturizer at least once. The independent variables in this study are Country of Origin (X1), Brand Image (X2) and Brand Awareness (X3), while the dependent variable (bound) is the Purchase Decision (Y). Respondents in this study amounted to 100 people as a research sample drawn based on purposive sampling. Data collection using a questionnaire. The data analysis and interpretation technique used is Multiple Linear Regression, according to the model developed in this study, and operated with the help of the SPSS windows 26.0 program. The results showed that the variable (1) Country of Origin has a positive and significant influence on purchasing decisions (2) Brand Image has a positive and significant influence on purchasing decisions (3) Brand Awareness has a positive and significant influence on purchasing decisions.*

*Keywords: Country of Origin, Brand Image, Brand Awareness, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan ridho dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian *Moisturizer Skintific* (Studi Pada Gen Z di Kabupaten Cilacap) sehingga dapat penulis selesaikan dengan baik.

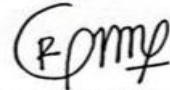
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, saran dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis bermaksud mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta yang telah mendidik dan membesarkan, serta do'a-do'anya kepada penulis sehingga penulis bisa meraih masa depan dengan baik.
2. Ika Susilowati, S.Pd., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis dalam penulisan skripsi.
3. Segenap Dosen dan Civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap responden dalam penelitian ini yang sudah berkenan membantu memberikan jawaban mengenai keputusan pembelian *moisturizer Skintific*.
5. Pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik karena masih banyak kekurangan dan semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat.

Kebumen, 12 Januari 2024

Penulis,



Reta Afifah Nur Islami



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
<i>ABSTRACTION</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah .....	11
1.4. Tujuan Penelitian .....	14
1.5. Manfaat Penelitian .....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	16
2.1. Tinjauan Teori .....	16
2.1.1. Keputusan Pembelian .....	16
2.1.2. <i>Country of Origin</i> .....	23
2.1.3. <i>Brand Image</i> .....	27

2.1.4.	<i>Brand Awareness</i> .....	31
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	37
2.2.1.	Penelitian Pertama .....	37
2.2.2.	Penelitian Kedua.....	39
2.2.3.	Penelitian Ketiga .....	40
2.2.4.	Penelitian Keempat.....	42
2.2.5.	Penelitian Kelima .....	43
2.2.6.	Penelitian Keenam.....	45
2.3.	Hubungan Antar Variabel .....	49
2.3.1.	Hubungan <i>Country of Origin</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.3.2.	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	50
2.3.3.	Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	51
2.4.	Model Empiris .....	52
2.5.	Hipotesis.....	53
BAB III METODE PENELITIAN .....		54
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian .....	54
3.1.1.	Objek Penelitian .....	54
3.1.2.	Subjek Penelitian .....	54
3.2.	Variabel Penelitian.....	54
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	55
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data .....	59
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.5.1.	Jenis Data .....	61
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6.	Populasi dan Sampel.....	63



1.6.1.	Populasi.....	63
1.6.2.	Sampel.....	64
3.7.	Teknik Analisis.....	66
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	66
3.7.2.	Analisis Statistik.....	66
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		78
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	78
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
4.1.2.	Gambaran Umum Responden.....	79
4.2.	Analisis Deskriptif.....	79
4.2.1.	Responden Berdasarkan Domisili.....	80
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku	84
4.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Varian <i>Moisturizer</i> Skintific Yang Dibeli.....	85
1.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli <i>Moisturizer</i> Skintific.....	86
4.3.	Analisis Kuantitatif.....	87
4.3.1.	Uji Instrument.....	87
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	91
4.3.3.	Uji Analisis Linear Berganda.....	95
4.3.4.	Uji Hipotesis.....	97
4.3.5.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	100

4.4. Pembahasan.....	101
BAB V SIMPULAN.....	107
5.1. Simpulan .....	107
5.2. Keterbatasan.....	108
5.3. Implikasi.....	109
5.3.1 Implikasi Praktis.....	109
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	114
LAMPIRAN .....	118



## DAFTAR TABEL

Tabel I-1	Hasil Observasi Pada <i>Moisturizer</i> Skintific di Kabupaten Cilacap ....	5
Tabel II-1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel III-1	Indikator Keputusan Pembelian Pada Kuesioner.....	56
Tabel III-2	Indikator <i>Country of Origin</i> Pada Kuesioner.....	57
Tabel III-3	Indikator <i>Brand Image</i> Pada Kuesioner .....	58
Tabel III-4	Indikator <i>Brand Awareness</i> Pada Kuesioner .....	59
Tabel IV-1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	80
Tabel IV-2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
Tabel IV-3	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	82
Tabel IV-4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel IV-5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku	84
Tabel IV-6	Karakteristik Responden Berdasarkan Varian <i>Moisturizer</i> Skintific Yang Dibeli .....	85
Tabel IV-7	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli <i>Moisturizer</i> Skintific .....	86
Tabel IV-8	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	88
Tabel IV-9	Uji Validitas Variabel <i>Country of Origin</i> .....	89
Tabel IV-10	Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	89
Tabel IV-11	Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	90
Tabel IV-12	Uji Reliabilitas .....	91
Tabel IV-13	Uji Multikolineritas.....	92
Tabel IV-14	Uji Regresi Berganda .....	95
Tabel IV-15	Hasil Uji t .....	98
Tabel IV-16	Hasil Uji f .....	100
Tabel IV-17	Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1	Data Penjualan Pelembab Wajah Terlaris Desember 2022 .....	3
Gambar I-2	Merek China Menyalip Merek Indonesia .....	4
Gambar II-1	Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	35
Gambar II-2	Model Empiris .....	35
Gambar IV-1	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	93
Gambar IV-2	Hasil Uji Normalitas .....	94



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	118
Lampiran 2	Tautan Link <i>Google Form</i> .....	123
Lampiran 3	Data Responden .....	124
Lampiran 4	Tabulasi Data .....	129
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	134
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik .....	138
Lampiran 7	Uji Hipotesis .....	140
Lampiran 8	Kartu Seminar Proposal .....	141
Lampiran 9	Katu Bimbingan Penulisan Skripsi .....	142
Lampiran 10	Tabel r, Tabel t dan Tabel f .....	143

