

**PERAN CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS DALAM  
MEMEDIASI *COUNTRY OF ORIGIN* DENGAN MINAT BELI  
ULANG**

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna *OPPO Smartphone* di UNISSULA**

**Semarang)**

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**Mencapai derajat Sarjana S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**Nur Pita Handayani**

**NIM : 30401511845**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Nama : Nur Pita Handayani  
NIM : 30401511845  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen  
Judul Skripsi : Peran Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Dalam  
Memediasi *Country Of Origin* Dengan Minat Beli Ulang (Studi Pada Mahasiswa  
Pengguna Oppo *Smartphone* Di Unissula Semarang)  
Dosen Pembimbing : Ken Sudarti, SE., MSi.

Semarang, 18 September 2019



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE., MM  
NIK : 210499042

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

Ken Sudarti, SE., MSi  
NIK : 210491023

HALAMAN PENGESAHAN

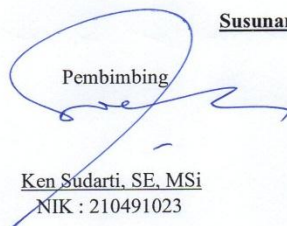
PERAN CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS DALAM  
MEMEDIASI *COUNTRY OF ORIGIN* DENGAN MINAT BELI ULANG  
(Studi Pada Mahasiswa Pengguna *OPPO Smartphone* di UNISSULA  
Semarang)

Disusun Oleh :  
**Nur Pita Handayani**  
NIM. 30401511845

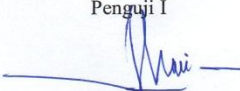
Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 9 September 2019

**Susunan Dewan Penguji**


Pembimbing

  
Ken Sudarti, SE, MSi  
NIK : 210491023

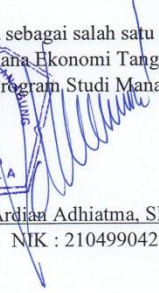

Penguji I

  
Dr. H. Asyahari, SE, MM  
NIK : 210491022

Penguji II

  
Dra. Sri Ayuni, MSi  
NIK : 220493036

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal 9 September 2019  
Ketua Program Studi Manajemen

  
  
Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM  
NIK : 210499042

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Nur Pita Handayani**

NIM : **30401511845**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PERAN CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS DALAM MEMEDIASI *COUNTRY OF ORIGIN* DENGAN MINAT BELI ULANG (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *OPPO Smartphone* di UNISSULA Semarang)”** telah diajukan untuk diuji pada tanggal 9 September 2019 adalah karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Pembimbing

Ken Sudarti, SE, MSi  
NIK : 210491023

Semarang, 18 September 2019

Yang Memberi Pernyataan



Nur Pita Handayani  
NIM : 30401511845

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Pita Handayani  
NIM : 30401511845  
Program Studi : Manajemen  
Alamat Asal : Pakit, Suak Burung RT/RW 06/08 Kalimantan Barat  
No.Hp / Email : 088868865589/nurvitahandayani@icloud.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :

PERAN CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS DALAM MEMEDIASI *COUNTRY OF ORIGIN* DENGAN MINAT BELI ULANG (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *OPPO Smartphone* di UNISSULA Semarang). Dan menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Royalti Non-Eksekutif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis skema dan tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta atau plagiarism dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 18 September 2019

Y...  
  
Nur Pita Handayani  
NIM : 30401511845

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

"Jika kamu tetap tidur kamu melanjutkan mimpi dalam tidurmu, tapi jika kamu bangun kamu mewujudkan mimpi-mimpimu"

Saya persembahkan skripsi ini untuk sejuta impian yang di harapkan oleh mama dan ayah terhadap saya . Terimakasih untuk segala doa-doa yang membantu mengiringi perjalanan hidupku, terimakasih juga untuk Benny Irawan, S.Kom sudah menjadi abang terbaik, terimakasih untuk adikku Yeni Prida yang selalu memberikan perhatian-perhatiannya, untuk semua sahabat dan orang tercinta yang mendukungku terimakasih sudah repot semoga Allah SWT membalas kebaikan.

**(Nur Pita Handayani)**

## KATA PENGANTAR

### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan usulan penelitian untuk Skripsi yang berjudul “Peran Citra Merek dan Persepsi Kualitas dalam Memediasi *Country Of Origin* Dengan Minat Beli Ulang Studi Pada Mahasiswa Pengguna *OPPO Smartphone* di UNISSULA Semarang”

Usulan penelitian Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai derajat S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan usulan penelitian Skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan baik moral maupun materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Ken Sudarti, SE, MSi selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan hingga pra skripsi ini selesai.
2. Ibu Olivia Fachrunnisa, S.E, M.Si., Ph.D selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Ardian Adhitama, SE, MM selaku ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr. H. Asyahari, SE, MM dan Ibu Dra. Sri Ayuni, MSi selaku dosen penguji dalam penelitian ini

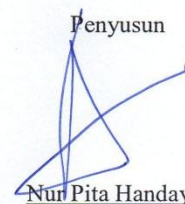
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberi ilmu, dukungan dan motivasi untuk penulis.
6. Semua staf pengelola Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membantu menyelesaikan proposal ini.
7. Orangtua saya yang telah memberikan dukungan, kasih dan sayang kepada saya.
8. Saudara serta sahabat yang memotivasi saya agar terus semangat dalam menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Penulis mengharapkan kritik, saran dan masukannya yang membangun untuk perbaikan yang berkelanjutan. Akhir kata, penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di kemudian hari. Terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semarang, 18 September 2019

Penyusun



Nun Pita Handayani

NIM: 30401511945



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran citra merek dan persepsi kualitas dalam memediasi *country of origin* dengan minat beli ulang. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa UNISSULA Semarang yang menggunakan OPPO *Smartphone*. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas, minat beli ulang, dan citra merek, serta persepsi kualitas dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Kualitas, Country Of Origin, dan Minat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to describe and analyze the role of brand image and perceived quality in mediating country of origin with repurchase interest. The population used is Semarang UNISSULA students who use OPPO Smartphones. The sampling method uses purposive sampling. The sample used in this study were 100 respondents. The analysis technique in this study is the validity test, reliability test, classic assumption test, and SPSS 20. The results of this study indicate that country of origin has a positive and significant effect on perceived quality, repurchase intention, and brand image, as well as perceived quality and image brand positive and significant effect on repurchase interest.*

**Keywords: Brand Image, Quality Perception, Country Of Origin, and Repurchase Interest**