

**PENGARUH NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN SIKAP TERHADAP
MEREK DAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI (STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1) Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya
Yogyakarta



Disusun Oleh:

Jason Dave Chang

NPM: 210326235

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

Skripsi

**PENGARUH NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK
DAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI
PADA GENERASI Z DI INDONESIA)**

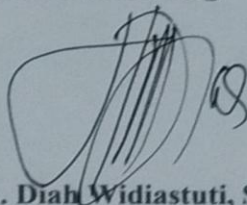
Disusun Oleh:

Jason Dave Chang

NPM: 210326235

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.

8 Mei 2025

SKRIPSI

PENGARUH NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK DAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Jason Dave Chang

NPM: 210326235

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 2 Juni 2025

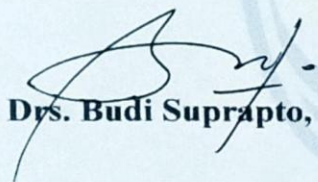
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

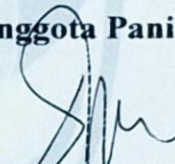
Program Studi Manajemen

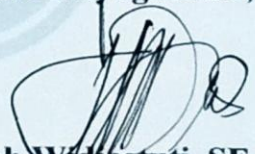
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


Th. Diah Widastuti, SE., M.Si.

Yogyakarta,^{12 Juni}..... 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenar-benarnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK DAN
CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA
GENERASI Z DI INDONESIA)**

Seluruh hasil, isi, dan pemikiran dalam skripsi ini adalah hasil karya orisinal saya sendiri. Segala bentuk kutipan atau pemikiran milik pihak lain yang digunakan dalam penulisan ini sudah saya cantumkan secara tertulis dan lengkap dalam bagian daftar pustaka. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi saya ini mengandung unsur plagiarisme, baik sebagian maupun keseluruhan, maka saya bersedia gelar akademik dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta dinyatakan batal, dan saya akan menyerahkannya kembali kepada pihak Universitas.

Yogyakarta, 8 Mei 2025

Yang menyatakan



Jason Dave Chang

KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul **PENGARUH NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK DAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA)** ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pada program studi Manajemen.

Peneliti menyadari bahwa penyelesaian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang memberikan perlindungan, berkat, dan kesehatan kepada penulis dalam segala situasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk berdinamika bersama dan menimba ilmu dari awal masa perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan.
3. Ibu Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi atas bimbingan yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.
4. Keluarga, atas doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh responden yang sudah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian yang saya berikan.

6. Teman-teman seperjuangan Skripsi Manajemen Pemasaran Kelas G: Antonius Siemen Reyner Susanto dan Victor Lie.

Akhir kata, peneliti telah menyusun skripsi dengan baik. Tetapi, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata bagus. Oleh karena itu, peneliti meminta maaf jika terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk para pembaca dan peneliti selanjutnya. Sekian yang dapat peneliti sampaikan, peneliti mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 8 Mei 2025

Peneliti



Jason Dave Chang

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Kajian Teori.....	13
2.1.1. Negara Asal.....	13
2.1.2. Sikap terhadap Merek	14
2.1.3. Citra Merek	14
2.1.4. Niat Beli Ulang	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	15
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	20
2.4. Model Kerangka Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	26
3.2. Jenis Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel	27
3.4. Definisi Operasional Variabel	28
3.5. Metode Pengumpulan Data	31
3.6. Metode Pengujian Instrumen.....	31
3.6.1. Uji Validitas.....	31

3.6.2. Uji Reliabilitas	32
3.6.3. Uji Hipotesis	33
3.7. Metode Pengukuran Data	34
3.8. Metode Analisis Data	34
3.8.1. Analisis Data dengan <i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM).....	34
3.8.2. Analisis Mediasi.....	36
3.8.3. Statistika Deskriptif.....	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Analisis Karakteristik Responden	39
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan <i>Filtering</i>	39
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
4.1.5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.1.6. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	43
4.2. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	44
4.2.1. <i>Outer Model</i>	44
4.2.2. <i>Inner Model</i>	49
4.2.3. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	50
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Melalui Mediasi ...	53
4.2.5. Mengonstruksi Diagram Jalur	56
4.3. Hasil Statistika Deskriptif.....	57
4.3.1. Statistika Deskriptif Variabel Negara Asal	57
4.3.2. Statistika Deskriptif Variabel Sikap Terhadap Merek	59
4.3.3. Statistika Deskriptif Variabel Citra Merek	60
4.3.4. Statistika Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang.....	61
4.4. Hasil dan Pembahasan.....	62
4.4.1. Pengaruh Negara Asal terhadap Niat Beli Ulang.....	62
4.4.2. Pengaruh Negara Asal terhadap Citra Merek.....	62
4.4.3. Pengaruh Negara Asal terhadap Sikap Terhadap Merek	63
4.4.4. Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli Ulang	63
4.4.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Sikap Terhadap Merek.....	64
4.4.6. Pengaruh Sikap Terhadap Merek terhadap Niat Beli Ulang.....	64

4.4.7. Pengaruh Negara Asal terhadap Niat Beli Ulang yang dimediasi oleh Citra Merek	65
4.4.8. Pengaruh Negara Asal terhadap Niat Beli Ulang yang dimediasi oleh Sikap Terhadap Merek.....	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Implikasi Manajerial.....	68
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN 1.....	76
LAMPIRAN 2.....	81
LAMPIRAN 3.....	97
LAMPIRAN 4.....	117
LAMPIRAN 5.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Smartphone di Dunia	1
Gambar 1.2. 10 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia pada Tahun 2023.....	2
Gambar 1.3. Top Brand Smartphone di Indonesia pada Tahun 2024.....	3
Gambar 2.1. Model Kerangka Penelitian.....	25
Gambar 4.1. Pengaruh Negara Asal terhadap Niat Beli Ulang dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi	54
Gambar 4.2. Pengaruh Negara Asal terhadap Niat Beli Ulang dengan Sikap terhadap Merek sebagai Variabel Mediasi.....	55
Gambar 4.3. Model Struktural Partial Least Square Algorithm	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2. Perhitungan Nilai Interval Kelas.....	38
Tabel 4.1. Responden yang merupakan generasi Z yang berusia 18 tahun ke atas	39
Tabel 4.2. Responden yang pernah menggunakan smartphone Samsung	39
Tabel 4.3. Responden yang berdomisili di Indonesia	40
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.6. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.7. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.8. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	43
Tabel 4.9. Nilai <i>Outer Loadings</i>	44
Tabel 4.10. Nilai Average Variance Extracted (AVE)	47
Tabel 4.11. <i>Cross Loading</i>	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .	49
Tabel 4.13. Nilai <i>R-Square</i>	49
Tabel 4.14. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	51
Tabel 4.15. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	53
Tabel 4.16. Pengaruh Negara Asal terhadap Niat Beli Ulang dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi	54
Tabel 4.17. Pengaruh Negara Asal terhadap Niat Beli Ulang dengan Sikap Terhadap Merek sebagai Variabel Mediasi.....	55
Tabel 4.18. Hasil Statistika Deskriptif Negara Asal	58
Tabel 4.19. Hasil Statistika Deskriptif Sikap Terhadap Merek	59
Tabel 4.20. Hasil Statistika Deskriptif Citra Merek.....	60
Tabel 4.21. Hasil Statistika Deskriptif Niat Beli Ulang.....	61

**PENGARUH NEGARA ASAL TERHADAP NIAT BELI ULANG
SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK DAN
CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA
GENERASI Z DI INDONESIA)**

Disusun Oleh:

Jason Dave Chang

NPM: 210326235

Dosen Pembimbing:

Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui dan menganalisis pengaruh negara asal terhadap niat beli ulang dengan sikap terhadap merek dan citra merek sebagai variabel mediasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 164 responden, tetapi yang memenuhi kriteria sebanyak 153 responden. Kriteria dari penelitian ini adalah individu yang merupakan generasi Z (1995-2010) yang berusia 18 tahun ke atas, pernah menggunakan *smartphone* Samsung, dan berdomisili di Indonesia. Data penelitian diambil dengan cara menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa negara asal tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang, negara asal berpengaruh terhadap citra merek, negara asal berpengaruh terhadap sikap terhadap merek, citra merek berpengaruh terhadap niat beli ulang, citra merek berpengaruh terhadap sikap terhadap merek, sikap terhadap merek berpengaruh terhadap niat beli ulang, citra merek memediasi pengaruh negara asal terhadap niat beli ulang, sikap terhadap merek memediasi pengaruh negara asal terhadap niat beli ulang.

Kata kunci: Negara asal, sikap terhadap merek, citra merek, niat beli ulang.