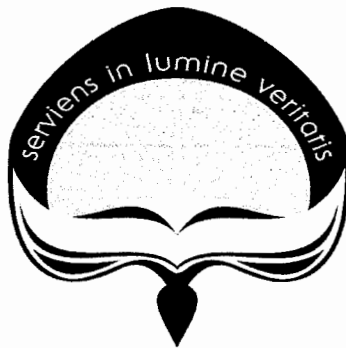


**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *COUNTRY- OF-ORIGIN*  
PADA EVALUASI PRODUK KOSMETIK  
BUATAN CINA DAN JEPANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



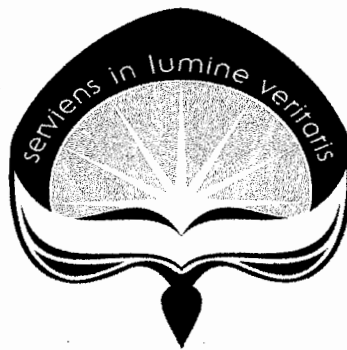
**Disusun oleh:  
Putu Anggun Purbasari  
NPM : 03 03 14395**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
JUNI, 2007**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *COUNTRY- OF-ORIGIN*  
PADA EVALUASI PRODUK KOSMETIK  
BUATAN CINA DAN JEPANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:  
Putu Anggun Purbasari  
NPM : 03 03 14395**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
JUNI, 2007**

# **SKRIPSI**

## **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *COUNTRY-OF-ORIGIN* PADA EVALUASI PRODUK KOSMETIK BUATAN CINA DAN JEPANG**

**Disusun oleh:**

**Putu Anggun Purbasari**

**NPM : 03 03 14395**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing Utama**



**W. Mahestu Noviandra K, SE, MScib**

**Tanggal 15 Mei 2007**

**SKRIPSI**  
**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *COUNTRY-OF-ORIGIN***  
**PADA EVALUASI PRODUK KOSMETIK**  
**BUATAN CINA DAN JEPANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Putu Anggun Purbasari

NMP: 03 03 14395

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 13 juni 2007

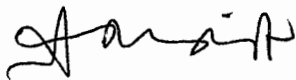
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat

Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

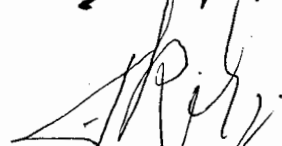


**Dr. M.F. Shellyana Junaedi, M.Si**

**Anggota Panitia Penguji**



**W. Mahestu Noviantra K, SE, MScib**



**Drs. Ign. Sukirno, MS**

Yogyakarta, 13 Juni 2007

**Dekan Fakultas Ekonomi**

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Drs. Maryatmo, MA**



## **PERNYATAAN**

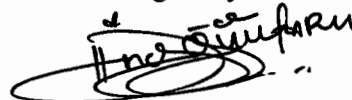
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *COUNTRY-OF- ORIGIN* PADA EVALUASI PRODUK KOSMETIK BUATAN CINA DAN JEPANG**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Mei 2007

Yang menyatakan



Putu Anggun Purbasari

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya skripsi dengan judul “PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *COUNTRY-OF-ORIGIN* PADA EVALUASI PRODUK KOSMETIK BUATAN CINA DAN JEPANG” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang dengan tulus dan sabar membantu dan memberikan dorongan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis dengan sepuh hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. W. Mahestu Noviandra K, SE, MScib selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan, petunjuk, serta pengarahan. Sehingga pada akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si dan Bapak Drs. Ign. Sukirno, MS selaku Dosen Penguji atas kesediaannya meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini pada saat ujian pendadaran.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.

4. Buat Papa, Mama, adikku Megah, Gangga, dan Ko'Deddy tercinta serta seluruh keluarga yang telah banyak membantu dan mendukung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Sahabat dan teman-temanku yang telah sangat membantu dalam proses penyebaran kuesioner dan analisis data.
6. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala saran dan kritik yang berguna.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memelukannya.

Yogyakarta, 13 Juni 2007

Penulis

Putu Anggun Purbasari

*"Hidup Hanya Sekali"*

*"Buatlah Semenarik Mungkin Untuk Dijalani"*

*"Impian Tidak Hanya Diciptakan"*

*"Tetapi Juga Harus Diwujudkan"*

*"Bersukacitalah Senantiasa"*

*"Tetaplah berdoa Mengucap Syukur Dalam Segala Hal"*

*"Sebab Itulah Yang Dikehendaki Tuhan Bagi Kamu"*

*"Sebab Bagi Tuhan Tidak Ada Yang Mustahil"*

*"Kadang Suatu Masalah Dapat Diselesaikan"*

*"Ketika Kita Tidak Dapat Mamikirkannya Sendiri"*

*(Anggun)*

*Skripsi Ini Ku Persembahkan Untuk :*

- *Tuhan yang Selalu Melimpahkan Rahmatnya Padaku*
- *Papa dan Mama Tercinta yang Selalu Mendukungku*
- *Adikku Megah dan Gangga Tersayang*
- *Ko Deddy Tercinta*
- *Seluruh Keluarga, Teman-Teman yang Mendukungku*

*\*Thank You Very Much\**

## DAFTAR ISI

|                                                 | Halaman |
|-------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                             | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....            | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....                | iii     |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                        | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                            | v       |
| HALAMAN MOTTO .....                             | vii     |
| DAFTAR ISI .....                                | viii    |
| DAFTAR TABEL .....                              | ix      |
| DAFTAR GAMBAR .....                             | x       |
| INTISARI .....                                  | xi      |
| <br>                                            |         |
| BAB I. PENDAHULUAN .....                        | 1       |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                | 1       |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                     | 6       |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                     | 7       |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                    | 8       |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                 | 9       |
| <br>                                            |         |
| BAB II. TINJAUAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS ..... | 10      |
| 2.1. Persepsi .....                             | 10      |
| 2.2. Seleksi Berdasarkan Persepsi .....         | 13      |
| 2.2.1 Sifat Stimulus .....                      | 13      |

|                 |                                                                 |           |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.2           | Harapan .....                                                   | 14        |
| 2.2.3           | Motif .....                                                     | 14        |
| 2.2.4           | Berbagai Konsep Penting mengenai Persepsi Selektif ...          | 14        |
| 2.3             | Pengelompokkan Persepsi .....                                   | 16        |
| 2.4             | Interpretasi Penafsiran Persepsi.....                           | 19        |
| 2.4.1           | Pengaruh yang Membelokkan .....                                 | 20        |
| 2.5             | Kualitas yang dipersepsikan .....                               | 22        |
| 2.6             | Hubungan Harga atau Kualitas terhadap persepsi .....            | 23        |
| 2.7             | Country of Origin.....                                          | 24        |
| 2.7.1           | Definisi Country Image .....                                    | 26        |
| 2.7.2           | Country Image Operationalized .....                             | 27        |
| 2.7.3           | Pendekatan dalam Riset Country of Origin .....                  | 30        |
| 2.8             | Dampak Country of Origin .....                                  | 31        |
| 2.9             | Strategi-strategi untuk Mengisi Country of Origin Stereotype... | 32        |
| 2.10            | Faktor Demografi Konsumen.....                                  | 35        |
| 2.11            | Hasil Dari Penelitian Sebelumnya .....                          | 36        |
| 2.12            | Hipotesis .....                                                 | 37        |
| <b>BAB III.</b> | <b>METODA PENELITIAN .....</b>                                  | <b>38</b> |
| 3.1.            | Lokasi, Subyek, dan Obyek Penelitian .....                      | 38        |
| 3.2.            | Populasi dan Pengambilan Sampel .....                           | 38        |
| 3.3.            | Tehnik Pengumpulan Data .....                                   | 39        |
| 3.4.            | Definisi Operasional dan Pengukuran Instrumen Variabel .....    | 39        |
| 3.5.            | Metode Pengujian Instrumen Penelitian .....                     | 41        |
| 3.5.1           | Validitas .....                                                 | 41        |
| 3.5.2           | Reliabilitas .....                                              | 41        |

|         |                                                                                                                   |    |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.6.    | Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....                                                                        | 42 |
| 3.7.    | Metode Analisis Data .....                                                                                        | 46 |
| 3.7.1   | ANOVA .....                                                                                                       | 46 |
| 3.7.2   | Independent Sample T-test .....                                                                                   | 47 |
| 3.7.3   | One Sample T-test.....                                                                                            | 47 |
| BAB IV. | ANALISIS DATA .....                                                                                               | 48 |
| 4.1.    | Gambaran Umum Responden .....                                                                                     | 48 |
| 4.1.1   | Hasil Respon Kuesioner .....                                                                                      | 48 |
| 4.1.2   | Analisis Profil Responden .....                                                                                   | 48 |
| 4.2     | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Cina Berdasarkan Perbedaan Usia.....               | 50 |
| 4.3.    | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Jepang Berdasarkan Perbedaan Usia.....             | 54 |
| 4.4.    | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Cina Berdasarkan Perbedaan Tingkat pengeluaran.... | 58 |
| 4.5.    | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Jepang Berdasarkan Perbedaan Tingkat pengeluaran   | 62 |
| 4.6.    | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Cina Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin .....     | 66 |
| 4.7     | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Jepang Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin .....   | 70 |
| 4.8     | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Cina .....                                         | 73 |
| 4.9     | Uji Persepsi Responden Terhadap Dimensi Faktor Produk Kosmetik Jepang .....                                       | 76 |

**BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN ..... 79**

5.1. Kesimpulan ..... 79

5.2. Keterbatasan Penelitian ..... 81

5.3. Implikasi Manajerial dan Saran ..... 81

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

|      |                                                                                                                            | Halaman |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 3.1. | Pengujian Validitas Penelitian Kosmetik Cina .....                                                                         | 43      |
| 3.2  | Pengujian validitas Penelitian Kosmetik Jepang .....                                                                       | 44      |
| 3.3  | Pengujian Reliabilitas Penelitian Kosmetik Cina .....                                                                      | 45      |
| 3.4  | Pengujian Reliabilitas Penelitian Kosmetik Jepang .....                                                                    | 45      |
| 4.1. | Hasil Pengumpulan Kuesioner .....                                                                                          | 48      |
| 4.2. | Profil Demografi Konsumen.....                                                                                             | 49      |
| 4.3. | Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Cina berdasarkan perbedaan Usia .....                 | 51      |
| 4.4. | Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Jepang berdasarkan perbedaan Usia.....                | 55      |
| 4.5. | Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Cina berdasarkan perbedaan Tingkat pengeluaran .....  | 59      |
| 4.6. | Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Jepang berdasarkan perbedaan Tingkat Pengeluaran..... | 63      |
| 4.7. | Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Cina berdasarkan perbedaan Jenis Kelamin.....         | 67      |
| 4.8. | Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Jepang berdasarkan perbedaan Jenis Kelamin .....      | 70      |
| 4.9. | Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Cina .....                                            | 74      |

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.10. Persepsi responden terhadap dimensi faktor Produk Kosmetik<br>buatan Jepang ..... | 76 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|



## DAFTAR GAMBAR

|                                  | Halaman |
|----------------------------------|---------|
| 2.1. Dimensi Country Image ..... | 29      |



# **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *COUNTRY-OF-ORIGIN* PADA EVALUASI PRODUK KOSMETIK BUATAN CINA DAN JEPANG**

**Disusun oleh:**

**Putu Anggun Purbasari**

**NPM: 03 03 14395**

**Pembimbing Utama**

**W. Mahestu Noviantra K, SE, MScib**

## **Intisari**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap masing-masing dimensi faktor pada produk kosmetik buatan Cina dan Jepang berdasarkan perbedaan usia, tingkat pengeluaran dan jenis kelamin. Disamping itu juga penelitian ini menganalisis perbedaan persepsi konsumen secara umum terhadap masing-masing dimensi faktor pada produk kosmetik buatan Cina dan Jepang.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan data dari 131 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, kuesioner disebarikan pada masyarakat Yogyakarta. Data primer yang didapat tersebut kemudian diolah menggunakan analisis ANOVA untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap masing-masing dimensi faktor pada produk kosmetik buatan Cina dan Jepang berdasarkan perbedaan usia dan tingkat pengeluaran. Independent sample t-test untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap masing-masing dimensi faktor pada produk kosmetik buatan Cina dan Jepang berdasarkan perbedaan jenis kelamin. One sample t-test untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap masing-masing dimensi faktor pada produk kosmetik buatan Cina dan Jepang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan perbedaan usia terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap dimensi faktor inovatif teknologi, tetapi untuk variabel desain, prestise, dan workmanship pada produk kosmetik buatan Cina tidak terdapat persepsi konsumen. Sedangkan Pada kosmetik buatan Jepang terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap dimensi faktor inovatif teknologi, desain, prestise dan workmanship.

Berdasarkan perbedaan tingkat pengeluaran tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap dimensi faktor inovatif teknologi, desain, prestise, dan workmanship pada produk kosmetik buatan Cina. Sedangkan pada kosmetik

buatan Jepang tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap dimensi faktor inovatif teknologi, desain, dan prestise. Tetapi untuk variabel workmanship terdapat perbedaan persepsi konsumen.

Berdasarkan perbedaan jenis kelamin pada produk kosmetik buatan Cina dan Jepang sama-sama tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap dimensi faktor inovatif teknologi, desain, prestise, dan workmanship.

Persepsi konsumen terhadap produk kosmetik Cina adalah baik untuk dimensi faktor inovatif teknologi, desain, prestise, dan workmanship. Sedangkan persepsi konsumen terhadap produk kosmetik Jepang adalah baik untuk dimensi faktor inovatif teknologi, desain, prestise dan workmanship.

**Kata Kunci : Persepsi terhadap inovatif teknologi, persepsi terhadap desain, persepsi terhadap prestise, dan persepsi terhadap workmanship.**