

## **TUGAS AKHIR**

**ANALISIS PENGARUH *COUNTRY-OF-ORIGIN IMAGE*,  
*PRODUCT KNOWLEDGE*, *PRODUCT INVOLVEMENT*  
TERHADAP *CUSTOMER PURCHASE DECISION* DENGAN  
*PRODUCT INVOLVEMENT* SEBAGAI  
VARIABEL *MODERATING* PADA PRODUK YOSHINOYA  
JAPANESE RESTAURANT DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : FAUSTINA  
NPM : 01120150082



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
SURABAYA  
2018**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

---

**IDENTITAS TIM PENGUJI**

Judul : ANALISIS PENGARUH *COUNTRY-OF-ORIGIN IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE, PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *CUSTOMER PURCHASE DECISION* DENGAN *PRODUCT INVOLVEMENT* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* PADA PRODUK YOSHINOYA JAPANESE RESTAURANT DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Faustina  
NPM : 01120150082  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Bisnis Internasional

**TIM PEMBIMBING**

Pembimbing 1 : Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.  
Pembimbing 2 : Dr. Ronald S.T., M.M.

**TIM PENGUJI**

Ketua Tim Penguji : Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.  
Sekretaris : Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M.  
Anggota : Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M.



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Faustina  
Nomor Pokok Mahasiswa : 01120150082  
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul  
**“ANALISIS PENGARUH *COUNTRY-OF-ORIGIN IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE, PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *CUSTOMER PURCHASE DECISION* DENGAN *PRODUCT INVOLVEMENT* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* PADA PRODUK YOSHINOYA JAPANESE RESTAURANT DI SURABAYA”**

adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 13 September 2018  
Yang membuat pernyataan



(Faustina)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**ANALISIS PENGARUH *COUNTRY-OF-ORIGIN IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE, PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *CUSTOMER PURCHASE DECISION* DENGAN *PRODUCT INVOLVEMENT* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* PADA PRODUK YOSHINOYA JAPANESE RESTAURANT DI SURABAYA**

Oleh:

**Nama : Faustina**  
**NPM : 01120150082**  
**Jurusan : Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

Surabaya, 13 September 2018

Menyetujui:

**Pembimbing Utama**

**Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.**

**Co- Pembimbing Supervisor**

**Dr. Ronald S.T., M.M.**

**Ketua Jurusan Manajemen**

**Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.**

**Executive Director**

**Dr. Ronald S.T., M.M.**




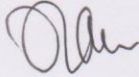

**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada hari Kamis, 13 September 2018 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

**Nama** : Faustina  
**NPM** : 01120150082  
**Jurusan** : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH COUNTRY-OF-ORIGIN IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE, PRODUCT INVOLVEMENT TERHADAP CUSTOMER PURCHASE DECISION DENGAN PRODUCT INVOLVEMENT SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK YOSHINOYA JAPANESE RESTAURANT DI SURABAYA”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

<b>Dewan Penguji</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda tangan</b>
Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Penguji	
Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M.	sebagai Penguji	

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan perhatian yang begitu besar, tenaga, kasih sayang serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak membantu dengan memberikan saran-saran, perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang besar kepada saya dari awal penelitian ini hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh S.E., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan.
5. Orang tua saya tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Koko dan adik tercinta yang selalu memberi dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.

7. My best partner, Steven Guinior yang senantiasa menyayangi, mendukung, memberikan semangat, dan menolong saya untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
8. Sahabat dan rekan seperjuangan Cony Dwi, Agio, Lala, Daniel, Tania, Marcel, Sarah, dan Firzha yang sudah banyak memberikan semangat dan membantu saya dalam penyelesaian penelitian ini.
9. Sahabat tercinta saya Bella, Inge, Nathan, dan Yonathan yang senantiasa menyemangati, mendoakan, dan mengingatkan saya untuk cepat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 13 September 2018

Faustina

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	12
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.5.2 Manfaat Praktis .....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Country-of-Origin Image</i> .....	15
2.1.2 <i>Product Knowledge</i> .....	17
2.1.3 <i>Product Involvement</i> .....	19
2.1.4 <i>Customer Purchase Decision</i> .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	25



2.3.1 Pengaruh <i>Country-of-Origin Image</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	25
2.3.2 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	26
2.3.3 Pengaruh <i>Product Involvement</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> ....	27
2.3.4 Pengaruh <i>Country-of-Origin Image</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> dengan <i>Product Involvement</i> sebagai variabel <i>moderating</i> .....	27
2.3.5 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> dengan <i>Product Involvement</i> sebagai variabel <i>moderating</i> .....	28
2.4 Model Penelitian .....	29
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.5.1 Pengolahan Data .....	37
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	37
3.5.2.1 Uji Validalitas .....	38
3.5.2.2 Uji Realibilitas .....	39
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Berganda ( <i>Multiple Regression</i> ) .....	41
3.5.2.5 <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	42
3.5.2.6 Koefisien Korelasi (R) .....	43
3.5.2.7 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	43
3.5.2.8 Uji F .....	44
3.5.2.9 Uji t .....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
4.1 Gambaran Umum Yoshinoya Japanese Restaurant .....	45
4.2 Analisis Data.....	46

4.2.1 Statistik Deskriptif .....	46
4.2.1.1 Karakteristik Responden .....	46
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.1.4 Tanggapan Responden .....	49
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	54
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Country-of-Origin Image</i> .....	54
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Product Knowledge</i> .....	57
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Product Involvement</i> .....	58
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	59
4.2.3 Uji Validitas .....	61
4.2.4 Uji Reliabilitas .....	62
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	62
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	62
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas .....	63
4.2.5.3 Uji Multikolinearitas .....	64
4.2.5.4 Uji Linearitas .....	65
4.3 Metode Analisis Statistik .....	65
4.3.1 Analisis Regresi .....	65
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda.....	65
4.3.2 <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> .....	67
4.3.2.1 <i>Product Involvement</i> memperkuat pengaruh <i>Country-of-Origin Image</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	67
4.3.2.2 <i>Product Involvement</i> memperkuat pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	68
4.3.3 Analisis Koefisien Korelasi .....	69
4.3.3.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda .....	69
4.3.3.1 Analisis Koefisien Determinasi .....	70
4.4 Metode Pengujian Hipotesis .....	70
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) .....	70
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) .....	71
4.5 Pembahasan.....	72

<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	89
5.1 Simpulan .....	89
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis .....	89
5.1.1.1 Pengaruh <i>Country-of-Origin Image</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	89
5.1.1.2 Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	90
5.1.1.3 Pengaruh <i>Product Involvement</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	90
5.1.1.4 Pengaruh Pengaruh <i>Product Involvement</i> terhadap <i>Country-of-Origin Image</i> dan <i>Customer Purchase Decision</i> .....	91
5.1.1.5 Pengaruh Pengaruh <i>Product Involvement</i> terhadap <i>Product Knowledge</i> dan <i>Customer Purchase Decision</i> .....	91
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	92
5.2 Implikasi .....	93
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	93
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	94
5.3 Rekomendasi .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan Yoshinoya.....	9
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	29
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir.....	30
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Yoshinoya.....	46
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Normalitas <i>Customer Purchase Decision</i> .....	63
Gambar 4.5 <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Customer Purchase Decision</i> .....	64
Gambar 4.6 Grafik pengaruh COO terhadap CPD yang diperkuat oleh PI .....	67
Gambar 4.7 Grafik pengaruh PK terhadap CPD yang diperkuat oleh PI .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner .....	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi .....	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	49
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Country-of-Origin Image</i> .....	50
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Product Knowledge</i> .....	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Product Involvement</i> .....	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	53
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Country-of-Origin Image</i> .....	54
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product Knowledge</i> ....	57
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product Involvement</i> ..	58
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Purchase Decision</i> .....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Country-of-Origin Image</i> .....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Knowledge</i> .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Involvement</i> .....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Purchase Decision</i> .....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Country-of-Origin Image</i> .....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Knowledge</i> .....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Involvement</i> .....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Purchase Decision</i> .....	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 4.21 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	64
Tabel 4.22 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF .....	64
Tabel 4.23 Hasil Uji Linearitas .....	65
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Berganda (COO,PK,PI*CPD).....	65
Tabel 4.25 Hasil Uji Moderasi Pengaruh PI pada COO terhadap CPD.....	67
Tabel 4.26 Hasil Uji Moderasi Pengaruh PI pada PK terhadap CPD .....	68

Tabel 4.27 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	70
Tabel 4.28 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.29 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4.30 Indikator yang paling mempengaruhi <i>Product Involvement</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	79
Tabel 4.31 Indikator yang paling mempengaruhi <i>Product Knowledge</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	80
Tabel 4.32 Indikator yang paling mempengaruhi <i>Country-of-Origin Image</i> terhadap <i>Customer Purchase Decision</i> .....	82
Tabel 4.33 Indikator yang paling mempengaruhi <i>Customer Purchase Decision</i> .....	86
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	93
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	97

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1
LAMPIRAN E.....	E-1