

SKRIPSI
PENGARUH COUNTRY ORIGIN IMAGE, PRODUCT
KNOWLEDGE DAN PRODUCT INVOLVEMENT
TERHADAP PURCHASE DECISION
PRODUK TOYOTA DI INDONESIA



DIAJUKAN OLEH:
NAMA : RICHARDO
NIM : 115160128

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2020

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RICHARDO
NPM : 115160128
PROGRAM/ JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *COUNTRY ORIGIN IMAGE*,
PRODUCT KNOWLEDGE DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PRODUK TOYOTA DI INDONESIA

Jakarta, 15 Januari 2019
Pembimbing,

(P.C Happy Darmawan S.H., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

(A) RICHARDO / 115160128

(B) PENGARUH *COUNTRY ORIGIN IMAGE*, *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK TOYOTA DI INDONESIA

(C) Xiv + 65 halaman. 2019, 13 Tabel ; 8 Gambar ; dan 10 Lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstrak** : Penelitian ini meneliti tentang pengaruh dari *country of origin*, *product knowledge* dan *product involvement* terhadap *purchase decision* Toyota di Indonesia. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan 102 responden pengguna mobil. Teknik pengambilan data dengan menggunakan kuisioner. Analisis data menggunakan aplikasi PLS sebagai alat untuk menganalisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa *country of origin* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *purchase decision* Toyota di Indonesia. *Product involvement* berpengaruh positif terhadap *purchase decision* di Indonesia. *Product knowledge* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap *purchase decision* Toyota di Indonesia.

(F) *Country origin image* *Product Knowledge* *Product Involvement* *Purchase Decision*

(G) Daftar Acuan 52

(H) P.C Happy Darmawan S.H., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

(A) RICHARDO / 115160128

(B) PENGARUH *COUNTRY ORIGIN IMAGE*, *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *PRODUCT INVOLVEMENT* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK TOYOTA DI INDONESIA

(C) xiv + 65 halaman. 2019, 13 Tabel ; 8 Gambar ; dan 10 Lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstract :** *This research examines the influence of country of origin, product conformity and product involvement on Toyota's purchase decision in Indonesia. This research design uses quantitative methods with descriptive approach. The sampling technique uses a purposive sampling method, with 102 respondents using the car. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis uses the PLS application as a tool for analyzing data. The results of this study indicate that the country of origin has a positive influence on Toyota's purchase decision in Indonesia. Product knowledge has a positive influence on purchase decisions in Indonesia. Product knowledge has no significant effect on Toyota in Indonesia.*

(F) *Country origin image Product Knowledge Product Involvement Purchase Decision*

(G) Daftar Acuan 52

(H) P.C Happy Darmawan S.H., M.M.