



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh *Country of Origin* Produk Batik terhadap
Minat Beli di Toko Batik Senja Sore**

Skripsi

Oleh

Kezia Grace Dewitami

2015320075

Pembimbing

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kezia Grace Dewitami
Nomor Pokok : 2015320075
Judul : Pengaruh *Country of Origin* Produk Batik terhadap Minat Beli di Toko Batik Senja Sore

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 8 Juli 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T

: 

Sekretaris
Fransiska Anita Subari, S.S.,M.M.

: 

Anggota
Albert Mangapul Parulian
Lumbang Tobing, S.T., M.AB

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kezia Grace Dewitami

NPM : 2015320075

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Country of Origin* Produk Batik terhadap
Minat Beli di Toko Batik Senja Sore

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat dari pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 25 Juni 2019



Kezia Grace Dewitami

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat waktu dan sesuai harapan.

Skripsi ini penulis beri judul “Pengaruh *Country of Origin* Produk Batik terhadap Minat Beli di Toko Batik Senja Sore”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat membantu pembaca untuk memahami lebih dalam mengenai *country of origin* dan pengaruhnya terhadap minat pembelian, baik untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki ataupun untuk menjadi referensi dalam bidang akademik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mempersembahkan dan menyampaikan ucapan terima kasih penulis secara khusus kepada:

1. Ibu Fransiska Anita Subari, S.S., M.M selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan masukan yang membangun kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Mama Yuni Krisnawati dan Papa Yohanes Sukotjo yang telah membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih, memberikan doa dukungan, bimbingan, dan kasih sayang yang tiada henti.
3. Kakak Nicko Grace yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapa Rohani sekaligus sahabat dan kakak terkasih Aubertha Philantha, yang selalu mendoakan, mendukung dan menemani dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk setiap usaha, tenaga, waktu dan juga kesabaran yang tiada henti.
5. Sahabat terkasih, Michelle Kusuma, yang selalu menyemangati, memberikan arahan, menghibur serta menemani dalam proses penyusunan skripsi.
Thankyou for being my best friend.
6. Untuk Ci Eudya , terimakasih buat setiap doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
7. Untuk teman-teman seperjuangan, Clarissa dan Ester, terimakasih selalu menyemangati dan mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi.
8. Untuk Home Petra, terimakasih atas doa dan dukungan untuk penulis.

Akhir kata, penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis akan sangat menghargai setiap saran dari pembaca guna menyempurnakan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Bandung, 25 Juni 2019

Penulis

ABSTRAK

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Bidang : Pemasaran
Judul : Pengaruh Country of Origin terhadap Minat Pembelian
Batik Senja Sore
Nama Penulis : Kezia Grace Dewi Tami
NPM : 2015320075
Tahun : 2019

Perkembangan teknologi telah mengurangi batasan antar negara. Hal tersebut telah memungkinkan orang untuk mengakses informasi secara lebih luas untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan dari banyak negara di dunia. Dalam hal fesyen, referensi tren bagi banyak orang Indonesia berasal dari luar negeri daripada produk asli Indonesia. Batik, sebagai salah satu produk otentik Indonesia, telah dikenal di seluruh dunia dan tidak hanya dianggap sebagai 'produk' tetapi diakui memiliki nilai seni yang tinggi. Desain batik klasik yang tak lekang oleh waktu kini diubah menjadi mode yang lebih modern sehingga dapat mengikuti tren. Senja Sore adalah toko online di Indonesia yang menjual busana modern dengan menggunakan bahan batik. Hal ini sangat menarik untuk mengetahui bagaimana batik, yang berasal dari Indonesia, dilihat oleh orang Indonesia dan apakah dapat timbul niat untuk membeli, dalam hal ini produk yang dijual oleh Batik Senja Sore.

Penelitian ini melibatkan dua variabel, variabel independen adalah *Country of Origin* yang diukur dengan dimensi *economic, information, conviviality*, dan *personality* sedangkan variabel dependen adalah Minat Beli yang diukur oleh dimensi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 101 responden yang merupakan pengikut akun Instagram Batik Senja Sore.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *country of origin* terhadap minat beli, dimana *country of origin* memberikan kontribusi sebesar 46,1% pada minat beli. Survei menunjukkan bahwa minat beli Batik Senja Sore sebesar 77,94%.

Berdasarkan penelitian ini, disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk memasukan variabel seperti *customer perceived value* dari produk ini.

Kata kunci: *Country of origin*, Minat beli.

ABSTRACT

Study Program : Business Administration
Field : Marketing
Title : The Effect of Country of Origin on Customer Purchase Intention at Batik Senja Sore
Author : Kezia Grace Dewi Tami
Student No. : 2015320075
Year : 2019

The technology development has diminished the boundaries among countries. It has allowed people to access information more broadly as well as to get products they desire from many countries around the world. In the case of fashion, the trend reference of many Indonesian people are from foreign countries, instead of original Indonesian products. Batik, as one of Indonesian authentic products, has been known worldwide and considered as not only 'a product', but it is acknowledged to have a highly artistic value. The timeless classic of batik design is now modified into more modern fashion therefore it can keep up with the trend. Senja Sore is an online store in Indonesia that sells modern fashion with using batik. It is interesting to find out how batik, that is originated from Indonesia, is seen by Indonesian people and whether it can arise an intention to buy, in this the products sold by Batik Senja Sore.

This research involves two variables, the independent variable is Country of Origin that is measured by dimensions of economic, information, conviviality, and personality while the dependent variable, the Purchasing Intention, is measured by dimensions of exploratory intention, referential intention, preferential intention, and transactional intention A survey was conducted by distributing questionnaires to 101 respondents who are followers of the Instagram account of Batik Senja Sore.

The result show that country of origin significantly affects purchase intention, where the country of origin contributes 46,1% on purchase intention. The survey shows that purchase intention on Batik Senja Sore is 77,94%.

Referring to the result, it is suggested for future research to use other variabel such as customer perceived value from this product.

Keywords: Country of Origin, Purchase Intention

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Objek Penelitian	7
BAB 2 LANDASAN TEORI	8
2.1 <i>Country of Origin</i>	8
2.1.1 Pengertian <i>Country of Origin</i>	8
2.1.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi <i>Country of Origin</i>	9
2.1.3 Dampak <i>Country of Origin</i>	10
2.1.4 Strategi <i>Country of Origin</i>	11
2.1.5 Dimensi dan Indikator <i>Country of Origin</i>	12
2.2 Minat Beli	13
2.2.1 Pengertian Minat Beli.	13
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.	14
2.2.3 Indikator Minat Beli	15
2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.4 Dimensi dan Indikator yang Digunakan dalam Penelitian.	18
2.4.1 Dimensi dan Indikator <i>Country of Origin</i>	18
2.4.2 Indikator Minat Beli	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian	20

3.3	Sumber data	20
3.3.1	Data Primer	20
3.3.2	Data Sekunder	21
3.4	Operasionalisasi Variabel	21
3.5	Populasi dan Sampel	22
3.5.1	Populasi	22
3.5.2	Sampel	22
3.6	Teknik Sampling	23
3.7	Skala Pengukuran	24
3.8	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	24
3.8.1	Uji Validitas	24
3.8.2	Uji Reliabilitas	25
3.8.3	Uji Normalitas	26
3.8.4	Uji Korelasi Parsial	27
3.8.5	Uji Korelasi Simultan	28
3.8.6	Uji Koefisien Determinasi	28
3.8.7	Uji F	29
3.8.8	Uji T	30
3.8.9	Uji Regresi Linear Sederhana	30
BAB 4	PROFIL PERUSAHAAN	32
4.1	Batik Senja Sore	32
4.2	Logo Batik Senja Sore	33
4.3	Produk Batik Senja Sore	33
4.4	Motif Batik	35
BAB 5	PEMBAHASAN	39
5.1	Data dan Subjek Penelitian	39
5.2	Profil Responden	40
5.2.1	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
5.2.2	Profil Responden berdasarkan Usia	40
5.2.3	Profil Responden berdasarkan Penghasilan	41
5.2.4	Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	41
5.2.5	Profil Responden berdasarkan Tingkat Kesukaan terhadap Batik ..	42

5.3	Distribusi Frekuensi Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Country of Origin</i> 43	
5.4	Distribusi Frekuensi Tanggapan Konsumen Mengenai Minat Beli	48
5.5	Hasil Penelitian Berdasarkan Uji Instrumen	53
5.5.1	Uji Validitas	53
5.5.2	Uji Reliabilitas	55
5.5.3	Uji Normalitas	56
5.5.4	Uji Korelasi Parsial	57
5.5.5	Uji Korelasi Simultan.....	58
5.5.6	Uji Koefisien Determinasi	58
5.5.7	Uji F	59
5.5.8	Uji T	60
5.5.9	Uji Regresi Linear Sederhana	61
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN	62
6.1	Kesimpulan.....	62
6.2	Saran.....	63
	Daftar Pustaka	64
	LAMPIRAN.....	67
	Kuesioner.....	67
	Lampiran Hasil Kuesioner.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1-1 Tabel Merek dan PT yang Berasal dari Indonesia.....	1
Tabel 1-2 <i>Pre-Research</i> Batik.....	5
Tabel 2-1 Dimensi dan Indikator <i>Country of Origin</i>	18
Tabel 3-1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	21
Tabel 3-2 Skala Pengukuran	24
Tabel 3-3 Interpretasi Koefisien Korelasi	28
Tabel 5-1 Interval Distribusi Frekuensi	39
Tabel 5-2 Dimensi <i>Information</i>	43
Tabel 5-3 Dimensi <i>Conviviality</i>	44
Tabel 5-4 Dimensi <i>Personality</i>	46
Tabel 5-5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Country of Origin</i>	48
Tabel 5-6 Dimensi Minat Eksploratif	48
Tabel 5-7 Dimensi Minat Referensial	50
Tabel 5-8 Dimensi Minat Preferensial	51
Tabel 5-9 Dimensi Minat Transaksional.....	52
Tabel 5-10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Minat Beli	53
Tabel 5-11 Uji Validitas.....	53
Tabel 5-12 Uji Reliabilitas Variabel X	55
Tabel 5-13 Uji Reliabilitas Variabel Y	55
Tabel 5-14 Uji Normalitas	56
Tabel 5-15 Uji Korelasi Parsial.....	57
Tabel 5-16 Uji Korelasi Simultan	58
Tabel 5-17 Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 5-18 Uji F.....	59
Tabel 5-19 Uji T.....	60
Tabel 5-20 Uji Regresi Linear Sederhana	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daerah Penyebaran Batik di Indonesia	3
Gambar 4.1 Logo Batik Senja Sore	33
Gambar 4.2 Jumputan Summer Top	33
Gambar 4.3 Jumputan Dress	34
Gambar 4.4 Lurik Dress	34
Gambar 4.5 Batik Outer	35
Gambar 5.1 Presentase Jenis Kelamin	40
Gambar 5.2 Presentase Usia	40
Gambar 5.3 Presentase Penghasilan	41
Gambar 5.4 Presentase Pekerjaan	41
Gambar 5.5 Presentase Tingkat Kesukaan terhadap Batik	42

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang telah kita ketahui bahwa hampir merata masyarakat kita adalah konsumen berat akan produk-produk luar negeri. Mulai dari kebutuhan sandang sampai ke pangan. Produk-produk Indonesia semakin kalah eksis di pasaran dibanding dengan produk luar negeri yang semakin mencapai puncak keuntungannya di pasaran. Masyarakat lebih bangga menggunakan produk asing ketimbang mengenakan pjccroduk dalam negeri (Imilda, 2017).

Tabel 1-1
Tabel Merek dan PT yang Berasal dari Indonesia

Merek	PT
Hoka-Hoka Bento	PT. Eka Bogainti
JCO dan Breadtalk	Johnny Andrian Group
Lea	PT. Lea Sanent
Terry Palmer	PT. Indah Jaya
Bodypack	PT. Eksonindo Multi Product Industry
GT Radial	PT. Gajah Tunggal
The Executive	PT. Delami Garment Industri

Sumber: <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/erwanto/kamu-pasti-gak-nyangka-kalau-17-brand-ini-sebenarnya-produk-asli-indonesia/full>

Tabel diatas memberikan informasi mengenai merek yang tak asing lagi di jumpai di Indonesia. Tidak sedikit masyarakat beranggapan bahwa merek terkenal tersebut bukan merupakan produk asli Indonesia. *Country of origin* dapat diartikan seluruh bentuk persepsi konsumen atas produk dari sebuah negara tertentu

berdasarkan persepsi konsumen sebelumnya akan kelebihan dan kekurangan produksi dan pemasaran negara tersebut (Roth, B, & Romeo, 1992).

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015 merupakan realisasi pasar bebas di Asia Tenggara yang telah dilakukan secara bertahap mulai KTT ASEAN di Singapura pada tahun 1992. Konsekuensi atas kesepakatan MEA tersebut berupa aliran bebas barang bagi negara-negara ASEAN, dampak arus bebas jasa, dampak arus bebas investasi, dampak arus tenaga kerja terampil, dan dampak arus bebas modal. Dengan adanya MEA diharapkan perekonomian Indonesia menjadi lebih baik. Salah satunya pemasaran barang dan jasa dari Indonesia dapat memperluas jangkauan ke negara ASEAN lainnya. Namun, selain peluang yang terlihat di depan mata, ada pula hambatan menghadapi MEA yang harus kita perhatikan. Hambatan tersebut di antaranya lemahnya Indonesia menghadapi serbuan impor, dan sekarang produk impor Tiongkok sudah membanjiri Indonesia. (Suroso, 2015). Di tengah era globalisasi ini, barang-barang impor termasuk pakaian memenuhi penjualan di pusat perbelanjaan, namun demikian, eksistensi batik masih diakui di masyarakat Indonesia. Mereka tak mudah tergantikan dengan banyaknya produk impor yang merajalela (Rachman, 2017).

Berdasarkan etimologi dan terminologinya, batik merupakan rangkaian kata *mbat* dan *tik*. *Mbat* dalam bahasa Jawa dapat diartikan sebagai ngembat atau melempar berkali-kali, sedangkan *tik* berasal dari kata titik (Asti & Arini B, 2011). Batik sudah ada sejak jaman dahulu dan populer sampai saat ini, kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja di Indonesia (Asti & Arini B, 2011). Pada saat itu

Gambar 1.1 menunjukkan penyebaran batik di Indonesia pada tahun 2009, terlihat bahwa batik tersebar di 20 Provinsi di Indonesia dan dapat dilihat bahwa Indonesia kaya akan warisan budaya batik. Setiap daerah memiliki ciri khas baik dalam motif, warna maupun filosofi. Hal tersebut merupakan warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan.

Data Kementerian Perindustrian menunjukkan jumlah unit usaha batik selama lima tahun sejak 2011 hingga 2015 tumbuh 14,7% dari 41.623 unit menjadi 47.755 unit. Peminat batik dari mancanegara yang meningkat pun tercermin dari nilai ekspor batik yang naik 14,7% dari tahun 2011 senilai Rp 43,96 triliun menjadi Rp 50,44 triliun pada 2015 (Pujiastuti, 2015). Dari data tersebut mengindikasikan bahwa minat beli masyarakat terhadap batik mengalami peningkatan. Hal ini menarik mengingat kecenderungan minat pasar terhadap produk yang di asosiasikan sebagai produksi luar negeri, ternyata batik sebagai produk asli Indonesia mengalami peningkatan minat di pasar domestik Indonesia.

Penulis melakukan *Pre-Research* dengan menggunakan *Google Form* sebagai alat bantu penyebaran yang cepat dan juga praktis. Penyebaran form pertanyaan dalam *Pre-Research* ini dilakukan kepada 20 orang responden yang terdiri dari 18 orang wanita dan 2 orang laki-laki yang mengetahui batik.

Tabel 1-2
Pre-Research Batik

Pertanyaan	Ya	Tidak	Total
Indonesia adalah negara yang termasuk sebagai <i>trend setter</i> di bidang <i>fashion</i>	12 responden	8 responden	20 responden
Indonesia memiliki motif batik yang sangat beragam	20 responden	0 responden	20 responden
Batik dapat dikembangkan menjadi bagian desain <i>fashion</i> yang mengikuti jaman	20 responden	0 responden	20 responden
Saya menggunakan batik hanya pada acara khusus atau resmi	11 responden	9 responden	20 responden
Saya dapat menggunakan batik di berbagai acara, bahkan sebagai <i>outfit</i> sehari-hari	13 responden	7 responden	20 responden
Kualitas batik Indonesia tidak kalah dengan produk <i>fashion</i> luar negeri	20 responden	0 responden	20 responden
Saya lebih memilih desain luar negeri ketimbang batik	8 responden	12 responden	20 responden
Saya menyadari bahwa menggunakan batik merupakan upaya untuk melestarikan budaya bangsa	20 responden	0 responden	20 responden
Saya tertarik mengetahui arti/ filosofi motif batik yang ada di Indonesia	15 responden	5 responden	20 responden
Saya bangga mengenakan <i>fashion</i> yang memiliki elemen batik	17 responden	3 responden	20 responden

Sumber : *Preliminary Research* yang dilakukan oleh penulis pada tanggal 7 Maret 2019

Batik Senja Sore adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang produksi dan penjualan batik. Selain menjual produk pakaian, Batik Senja Sore juga menjual produk *accessories* berbahan dasar batik. Batik Senja Sore memiliki desain yang

casual yang cocok digunakan oleh kalangan remaja. Dengan desain yang *casual* batik tak lagi menjadi pakaian yang memiliki kesan yang formal yang hanya digunakan orang tua, bahkan batik dapat digunakan sebagai pakaian sehari-hari yang nyaman.

Berdasarkan penjelasan dan fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Country of Origin* Produk Batik Terhadap Minat Beli di Toko Batik Senja Sore”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana minat beli konsumen atas Batik merek Senja Sore?
2. Apakah ada pengaruh dari *Country of Origin* terhadap minat beli produk Batik Senja Sore?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk:

1. Mengetahui seberapa besar minat beli konsumen atas batik merek Senja Sore.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh *Country of Origin* atas minat beli produk Batik Senja Sore.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian dapat berguna:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana pengembangan serta penerapan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya yang berhubungan dengan *Country of Origin* dan Minat Beli dalam manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Menerapkan strategi-strategi yang dapat meningkatkan citra Negara asal produk (*Country Of Origin*) agar dapat meningkatkan penjualan produk.

3. Bagi Pembaca

Memberikan referensi yang akan digunakan bagi penelitian berikutnya, serta memberikan wawasan tambahan khususnya mengenai *Country of Origin* dan Minat Beli.

1.5 Objek Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh *Country of Origin* terhadap Minat Beli Batik Senja Sore pada *followers* media sosial Instagram Batik Senja Sore. Objek dalam penelitian ini adalah Batik Senja Sore dengan populasi *followers* media sosial Instagram Batik Senja Sore.