

## ABSTRAK

Achmad Bachtiar (1138020007): *Pengaruh Citra Merek dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Lenovo (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).*

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya produsen smartphone diberbagai negara. Hal ini menyebabkan pengguna smartphone sangat selektif dalam melakukan pembelian smartphone. Karena kemungkinan besar konsumen memilih produk smartphone yang berasal dari sebuah negara yang sudah terkenal dengan kualitas produknya. Salah satu negara yang memproduksi smartphone adalah China, China memproduksi smartphone dengan banyak merek salah satunya adalah Lenovo. Lenovo menjadi salah satu merek smartphone yang digemari oleh konsumen Indonesia ini terlihat dari tabel *Internasional Data Corporation*. Dimana Lenovo menjadi peringkat ke tiga dalam penjualan smartphone di indonesia. hal ini juga terdapat dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang dimana menurut pengamatan peneliti di kalangan Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung banyak menggunakan produk smartphone Lenovo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pembelian suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh Harga, Kualitas produk dan promosi saja melainkan dipengaruhi oleh Citra Merek dan juga oleh *Country Of Origin*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian Smartphone Lenovo. (2) Pengaruh *Country Of Origin* terhadap keputusan pembelian Smartphone Lenovo. (3) Pengaruh Citra Merek dan *Country Of Origin* secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Penelitian dilakukan di Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini berjumlah 100 dimana semuanya dijadikan sebagai responden. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda, korelasi pearson dan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan *SPSS Versi 20*.

Hasil penelitian menunjukkan Citra Merek mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $5,458 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,00$  ( $sig < 0,05$ ). *Country Of Origin* mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $5,779 > 1,984$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000$  ( $sig < 0,05$ ). Secara simultan Citra Merek dan *Country Of Origin* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar  $94,5\%$  sedangkan sisanya sebesar  $5,5\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Citra Merek, *Country Of Origin*, Keputusan Pembelian