

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini menuntut setiap orang untuk dapat berpikiran maju bergerak cepat. Ilmu pengetahuan teknologi informasi serta komunikasi yang terus berkembang. Smartphone merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi yang sangat dekat dengan kehidupan manusia. Perkembangan Smartphone saat ini sangat bervariasi, sehingga banyak perusahaan merek Smartphone yang memiliki keunggulan fitur tersendiri untuk memenangkan persaingan. Banyaknya merek Smartphone yang beredar di Indonesia selain menjadikan konsumen lebih selektif dalam memilih Smartphone, konsumen juga dapat bingung karena setiap merek berasal dari Negara yang berbeda-beda. Sikap selektif konsumen akan negara asal Smartphone ini bukan tanpa dasar. Konsumen yang sangat selektif dalam memilih sering mengikuti perkembangan Smartphone biasanya adalah konsumen yang memiliki kemampuan ekonomi menengah keatas.

Smartphone maupun Ponsel cerdas pertama dinamakan Simon; dirancang oleh IBM pada 1992 dipamerkan sebagai produk konsep tahun itu di COMDEX, sebuah pameran komputer di Las Vegas, Nevada. Ponsel cerdas tersebut dipasarkan ke publik pada tahun 1993 dijual oleh BellSouth. Tidak hanya menjadi sebuah telepon genggam, ponsel cerdas tersebut juga memiliki kalender, buku telepon, jam dunia, tempat pencatat, surel, kemampuan mengirim menerima

faks permainan. Telepon canggih tersebut tidak mempunyai tombol-tombol. Melainkan para pengguna menggunakan layar sentuh untuk memilih nomor telepon dengan jari maupun membuat faksimile memo dengan tongkat stylus. Teks dimasukkan dengan papan ketik prediksi yang unik di layar. Bagi standar masa kini, Simon merupakan produk tingkat rendah, tetapi fitur-fiturnya pada saat itu sangatlah canggih.

Nokia Communicator merupakan ponsel cerdas pertama Nokia, dimulai dengan Nokia 9000, pada tahun 1996. Ponsel cerdas yang serupa dengan komputer tangan yang unik ini adalah hasil dari usaha penggabungan model PDA buatan Hewlett Packard yang sukses mahal dengan telepon Nokia yang laris pada waktu itu. Nokia 9210 merupakan komunikator berlayar warna pertama juga merupakan ponsel cerdas sejati yang menggunakan sistem operasi. Komunikator 9500 menjadi komunikator berkamera ber-WiFi pertama. Komunikator 9300 memiliki perubahan dalam bentuk yang lebih kecil komunikator yang terbaru E90 menyertakan GPS. Meskipun Nokia 9210 dapat diargumentasikan sebagai ponsel cerdas sejati pertama dengan sistem operasi, Nokia tetap menyebutnya sebagai komunikator. Ericsson R380 dahulu terjual sebagai 'ponsel cerdas' tetapi tidak bisa menjalankan aplikasi pihak ketiga.

Pada Oktober 2001, Handspring mengeluarkan ponsel cerdas Palm OS Treo, dengan papan ketik penuh digabung dengan jelajah jejaring tanpa kabel, surel, kalender, pengatur daftar nama, dengan aplikasi pihak ketiga yang dapat diunduh maupun diselaraskan dengan komputer.

Tahun 2002, RIM mengeluarkan BlackBerry pertama yang merupakan ponsel cerdas pertama dengan penggunaan surel nirkabel yang optimal penggunaanya telah mencapai 8 juta (sampai Juni 2007), tiga perempat pemakainya berada di Amerika Selatan.

Handspring menyajikan ponsel cerdas yang populer dipasaran Amerika dengan bergabung dengan Palm OS berbasis Visor PDA dengan jaringan telepon GSM, VisorPhone. Tahun 2002, Handspring menjual ponsel cerdas terintegasi bernama Treo; perusahaan ini bergabung karena penjualan PDA sudah mulai mati, tetapi ponsel cerdas Treo secara cepat menjadi populer sebagai telepon berfitur PDA. Pada tahun yang sama, Microsoft mengumumkan Windows CE komputer kantong OS dinobatkan sebagai "Microsoft Windows Powered Smartphone 2002". Pada tahun 2005 Nokia menerbitkan seri-N ponsel cerdas 3G yang dijual bukan sebagai telepon genggam tetapi sebagai komputer multimedia.

Android, OS untuk ponsel cerdas keluaran tahun 2008. Android didukung oleh Google, bersama pengusaha piranti keras, lunak yang terkemuka lainnya seperti Intel, HTC, ARM, Motorola, eBay, yang kemudian membentuk Open Handset Alliance.

Telepon pertama yang menggunakan Android OS adalah HTC Dream, merk keluran dari T-Mobile sebagai G1. Fitur telepon penuh, layar sentuh secara utuh, papan ketik QWERTY, bola jalur untuk menavigasikan halaman web. Piranti lunak cocok dengan aplikasi Google, seperti Maps, Calendar, Gmail, juga

Google's Chrome Lite. Aplikasi pihak ketiga juga tersedia lewat Android Market, ada yang gratis maupun dengan biaya.

Pada Juli 2008 Apple memperkenalkan App Store dengan aplikasi gratis dengan biaya. App store dapat menyampaikan aplikasi ponsel cerdas yang dikembangkan oleh pihak ketiga langsung dari iPhone maupun iPod Touch dengan WiFi maupun jaringan selular tanpa menggunakan komputer untuk mengunduh. App Store telah menjadi suatu kesuksesan bagi Apple pada Juni 2009 terdapat lebih dari 50,000 aplikasi yang ada. App store menembus satu juta unduh aplikasi pada 23 April 2009.

Mengikuti popularitas App Store dari Apple, banyak yang membuat toko aplikasinya sendiri. Palm, Microsoft Nokia telah mengumumkan toko aplikasi yang mirip milik Apple. RIM juga baru-baru ini membuat toko aplikasinya yaitu BlackBerry App World.

Android adalah sistem operasi berbasis Linux yang dirancang untuk perangkat bergerak layar sentuh seperti telepon pintar komputer tablet. Android awalnya dikembangkan oleh Android, Inc., dengan dukungan finansial dari Google, yang kemudian membelinya pada tahun 2005. Sistem operasi ini dirilis secara resmi pada tahun 2007, bersamaan dengan didirikannya Open Handset Alliance, konsorsium dari perusahaan-perusahaan perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi yang bertujuan untuk memajukan standar terbuka perangkat seluler. Ponsel Android pertama mulai dijual pada bulan Oktober 2008.

Antarmuka pengguna Android umumnya berupa manipulasi langsung, menggunakan gerakan sentuh yang serupa dengan tindakan nyata, misalnya menggeser, mengetuk, mencubit untuk memanipulasi objek di layar, serta papan ketik virtual untuk menulis teks. Selain perangkat layar sentuh, Google juga telah mengembangkan Android TV untuk televisi, Android Auto untuk mobil, Android Wear untuk jam tangan, masing-masingnya memiliki antarmuka pengguna yang berbeda. Varian Android juga digunakan pada komputer jinjing, konsol permainan, kamera digital, peralatan elektronik lainnya.

Android adalah sistem operasi dengan sumber terbuka, Google merilis kodenya di bawah Lisensi Apache. Kode dengan sumber terbuka lisensi perizinan pada Android memungkinkan perangkat lunak untuk dimodifikasi secara bebas didistribusikan oleh para pembuat perangkat, operator nirkabel, pengembang aplikasi. Selain itu, Android memiliki sejumlah besar komunitas pengembang aplikasi (apps) yang memperluas fungsionalitas perangkat, umumnya ditulis dalam versi kustomisasi bahasa pemrograman Java. Pada bulan Oktober 2013, ada lebih dari satu juta aplikasi yang tersedia untuk Android, sekitar 50 miliar aplikasi telah diunduh dari Google Play, toko aplikasi utama Android. Sebuah survei pada bulan April-Mei 2013 menemukan bahwa Android adalah platform paling populer bagi para pengembang, digunakan oleh 71% pengembang aplikasi bergerak. Di Google I/O 2014, Google melaporkan terdapat lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan Android, meningkat dari 583 juta pada bulan Juni 2013.

Faktor-faktor di atas telah memberikan kontribusi terhadap perkembangan Android, menjadikannya sebagai sistem operasi telepon pintar yang paling banyak

digunakan di dunia, mengalahkan Symbian pada tahun 2010. Android juga menjadi pilihan bagi perusahaan teknologi yang menginginkan sistem operasi berbiaya rendah, bisa dikustomisasi, ringan untuk perangkat berteknologi tinggi tanpa harus mengembangkannya dari awal, Sifat Android yang terbuka juga telah mendorong munculnya sejumlah besar komunitas pengembang aplikasi untuk menggunakan kode sumber terbuka sebagai dasar proyek pembuatan aplikasi, dengan menambahkan fitur-fitur baru bagi pengguna tingkat lanjut maupun mengoperasikan Android pada perangkat yang secara resmi dirilis dengan menggunakan sistem operasi lain.

Pada November 2013, Android menguasai pangsa pasar telepon pintar global, yang dipimpin oleh produk-produk Samsung, dengan persentase 64% pada bulan Maret 2013. Pada Juli 2013, terdapat 11.868 perangkat Android berbeda dengan beragam versi. Keberhasilan sistem operasi ini juga menjadikannya sebagai target litigasi paten perang telepon pintar antar perusahaan-perusahaan teknologi. Hingga bulan Mei 2013, total 900 juta perangkat Android telah diaktifkan di seluruh dunia, 48 miliar aplikasi telah dipasang dari Google Play.

Selain Samsung yang menggunakan sistem Android banyak merek juga yang sangat diminati oleh konsumen dalam menggunakan sistem android. Salah satunya adalah merek Smartphone yang berasal dari China yaitu Lenovo. Lenovo Electronics corp adalah penyedia layanan elektronik teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru terancang lebih dari 20 negara, termasuk Amerika Serikat, China, Australia negara-negara lain di Eropa, Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah Afrika. Lenovo berusaha

memberikan pengalaman menggunakan ponsel terbaik melalui desain yang cermat teknologi yang cerdas.

Namun pada tahun 2016 Lenovo hanya mampu menempati peringkat keenam dalam market share. Ini terlihat pada table dibawah ini :

Tabel 1.1

Market Share Smartphone 2016

MERЕК	MARKET SHARE
Samsung	26%
Apple	22%
Oppo	19%
Asus	9%
Advan	8%
Lenovo	6%

Sumber: IDC Asia/Pacific Quarterly Mobile Phone Tracker 2016 (data diolah peneliti)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan banyaknya merek smartphone yang berasal dari berbagai negara yang menjadi pesaing Lenovo. Samsung Apple

menjadi pesaing utama bagi Lenovo, Karena Samsung Apple mampu menjadi produk yang unggulan di Indonesia. Sehingga keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone sangat selektif, ditambah dari negara mana Smartphone itu berasal akan menjadi pertimbangan keputusan pembelian dalam memilih produk tersebut. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa citra merek *Country Of Origin* suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih suatu produk.

Salah satu hal penting yang membedakan sebuah produk maupun jasa dengan para pesaing adalah Citra Merek. Citra Merek adalah salah satu atribut yang penting dari suatu produk, karena selain merupakan identitas produk, citra merek mempunyai berbagai manfaat lainnya bagi konsumen produsen. Pentingnya citra merek bagi konsumen yaitu dengan aya merek maka akan memudahkan para konsumen untuk membedakan produk maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Citra Merek juga memberi sebuah jaminan bahwa kualitasnya tetap sama dimana pun produk tersebut didapatkan. Segkan bagi penjual citra merek memiliki peran yang penting karena memudahkan pejual untuk menawarkan produk tersebut kepada konsumen dengan menumbuhkan citra merek tersebut.

Country Of Origin merupakan negara asal produk dihasilkan. Untuk menunjukkan negara asal seringkali ditulis kata made in pada kemasan produk. Banyak orang kemudian sangat familiar dengan kata made in sehingga ketika melihat kata made in pada produk kemasan, mereka langsung mengartikan produk tersebut berasal dari negara tertentu. Misalkan jika pada kemasan produk tertulis

made in USA, mereka akan mengartikan produk tersebut berasal dari Amerika Serikat (Keegan, 2007). *Country Of Origin* merupakan informasi yang sering digunakan oleh konsumen ketika mengevaluasi suatu produk (Listiana, 2014). *Country Of Origin* merupakan asosiasi kepercayaan mental seseorang akan suatu produk yang dipicu oleh negara asal produk (Kotler, 2009). Negara yang menjadi tempat asal suatu produk disebut dengan istilah *Country Of Origin* yang secara umum dianggap sebagai bagian dari karakteristik suatu produk (Cordell, 1992 dalam Permana, 2014). Segkan menurut Jaffe and Nebenzahl (2001), *Country Of Origin* merupakan bayangan mental maupun image akan sebuah produk negara. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Country Of Origin* merupakan bayangan maupun *image* sebuah produk yang dipicu oleh asal negara produk tersebut.

Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen secara rinci untuk menjawab tentang apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana berapa banyak yang mereka beli, mengapa mereka membeli, pemasar dapat mempelajari pembelian konsumen yang sebenarnya untuk menemukan apa yang mereka beli, dimana, berapa banyak.

Dari pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti di lingkungan Kampus UIN Sunan Gunung Djati banyak mahasiswa yang menggunakan smartphone Lenovo. Akan tetapi pada tahun 2016 Smartphone Lenovo hanya mampu menepati peringkat keenam.

Berbagai macam faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih suatu produk. Salah satunya adalah Citra Merek *Country Of Origin* produk tersebut. Para mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap suatu produk Smartphone khususnya pada Smartphone Lenovo. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Produk Smartphone Lenovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).”**

B. Identifikasi Masalah

1. Citra Merk Smartphone Lenovo mempengaruhi keputusan pembelian dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. *Country Of Origin* Smartphone Lenovo mempengaruhi keputusan pembelian produk konsumen dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Cira Merk *Country Of Origin* mempengaruhi keputusan pembelian produk konsumen Smartphone Lenovo dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Terdapat persepsi produk yang negatif di mata konsumen terhadap produk Smartphone yang berasal dari China.
5. Promotor Lenovo Smartphone yang berbeda pendapat mengenai negara asal produk smartphone tersebut bukan berasal dari Cina.

C. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh *Country Of Origin* terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh simultan Citra Merek *Country Of Origin* terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merk terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Country Of Origin* terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Citra Merk *Country Of Origin* terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

E. Kegunaan Penelitian

Ada pun kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan Smartphone

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pihak perusahaan smartphone Lenovo sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan produknya agar tetap menjadi pilihan konsumen.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi konsumen agar lebih baik teliti untuk memilih suatu produk Smartphone Lenovo dari produk smartphone lainnya.

2. Kegunaan Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan referensi pengetahuan mengenai ilmu pemasaran kajian tentang pengaruh citra merk country of origin terhadap keoutusan pembelian dalam memilih produk smartphone Lenovo juga untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar S1.

b. Bagi Pembaca

Bagi pembaca penelitian ini diharapkan berguna untuk memperdalam mengaplikasikan teori pemasaran yang sudah ada diperoleh, terutama mengenai citra merk *Country Of Origin*

F. Kerangka Pemikiran

Pemasaran merupakan induk dari suatu perusahaan. Banyak orang yang berfikir bahwa ruang lingkup pemasaran hanyalah periklanan tempat. Walaupun kedua fungsi tersebut penting, namun itu hanyalah sebagian dari banyak bauran pemasaran, bahkan pemasaran diciptakan jauh dari pada periklanan tempat. Secara umum pengertian pemasaran menurut Philip Kotler Kevin Keller dalam Benyamin Molan (2009) merupakan suatu hal yang sangat kompleks, dari mulai penelitian pemasaran, pendistribusian barang, promosi, penjualan lain-lain. Selain semua bentuk pemasaran fungsi pemasaran yang tadi sudah disebutkan diatas, ada dua jenis yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo yaitu Citra Merk *Country Of Origin*

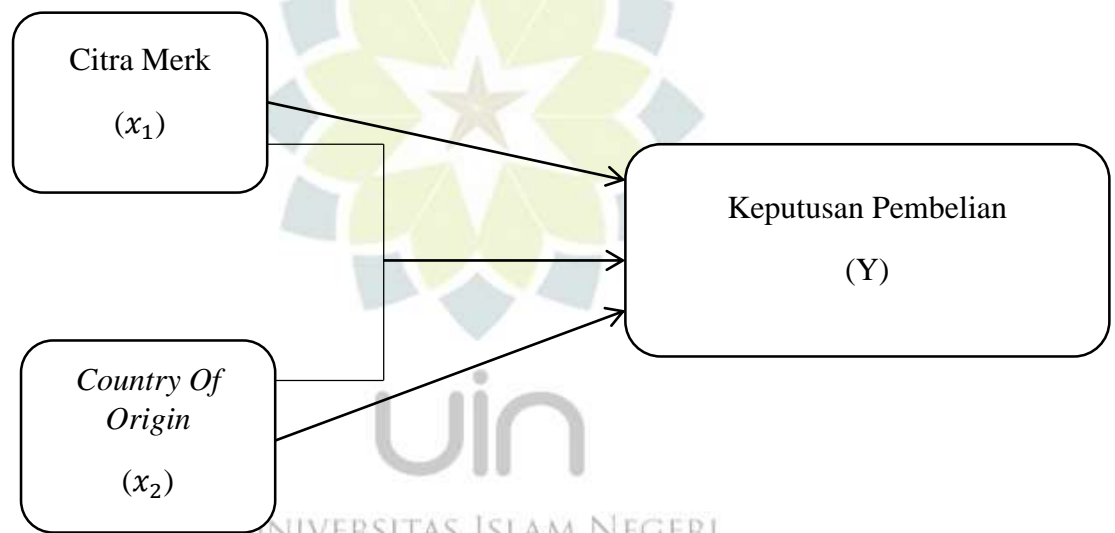
Untuk membuat konsumen memutuskan pembeliannya banyak hal yang dilakukan dalam big pemsarannya diantaranya adalah dengan menyesuaikan citra merk *country of origin* produk. Kasus ini terlihat dilingkungan masyarakat. Dengan demikian keputusan pembelian dalam memilih produk melalui citra merk *Country Of Origin* produk sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan Smartphone Lenovo, dalam membuat keputusan pembelian agar para konsumen selalu memilih produk Smartphone Lenovo.

Dalam pernyataan yang dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara citra merk *Country Of Origin* Produk terhadap keputusan pembelian. Pernyataan tersebut diperkuat peneliti yang dilakukan sebelumnya oleh Muhammad Reza Syaiful Armi (2015) Fakultas

Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta peneliti ini juga menemukan aya pengaruh merek Negara asal (*country of origin*) terhadap sikap konsumen dalam memilih produk handphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Dari paparan diatas maka dibuat kerangka pemikiran teoritis seperti pada gambar berikut ini

Gambar 1. 1 kerangka pemikiran teoritis



Sumber: Diolah oleh peneliti

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Peneliti	Variabel		Hasil	Perbanding an

1	Bella Gusniar (2014)	Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>), Harga Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand And Body Lotion</i> Merek citra (study kasus pada mahasiswa Fakultas	1. Citra Merek (<i>Brand Image</i>) (X_1) 2. Harga (X_2) 3. Kualitas Produk (X_3)	Keputusan pembelian (Y)	Citra merek (<i>Brand image</i>), harga kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Aya persamaan Variabel X_i Variabel Y 2. Perbedaan pada Variabel X_2 x_3 Variabel Y
---	----------------------	---	---	-------------------------	---	---

		Ekonomi Bisnis Universita s Dian Nuswanto ro)				
2	Muham mad Noer Ichbal Hilman (2013)	Analisis Pengaruh <i>Word Of Mouth,</i> <i>Marketing Mix</i> (Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi , Ciitra Merek Terhadap Keputusa n Pembelia	1. <i>Word Of Mouth</i> (X ₁) 2. Produk, Harga (X ₂) 3. Promosi (X ₃) 4. Saluran distribus i (X ₄) Citra Merek(X ₅)	Keputusan pembeleia n (Y)	<i>Word Of Mouth,</i> <i>Marketing Mix</i> (produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi) , Citra Merek berpengar uh positif signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Aya persama an pada variabel X ₁ Variabel Y 2. Perbeda an pada variabel X ₂ , X ₃ , X ₄

		n Mobil Suzuki Swift (Studi Kasus Pada Swift Club Indonesia)			
3	Adam Akbar (2012)	Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Kualitas Produk Terhadap Keputusa n Pembelia n Notebook	1. Citra Merek 2. Harga 3. Kualitas Produk	Berdasark an Analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membukti kan bahwa semua variabel independe	Keputusan Pembelian

		Toshiba di Universita s Gunadar ma Depok			n (Citra Merek, Harga Kualitas Produk) mempuny ai pengaruh yang sigifikan terhadap keputusan pembelian Notebook Toshiba di Universita s Gunadarm a Depok	
4	David Jayadi (2012)	Pengaruh Harga Kualitas Produk	1. Harga 2. Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	1. Aya pengar uh harga	

		<p>terhadap Keputusa n Pembelia n pada sepeda motor Yamaha studi pada Masyarak at Universita s Diponego ro Semarang</p>			<p>secara signifik an terhada p keputus an pembel ian 2. Aya pengar uh kualitas produk secara signifik an terhada p keputus an pembel ian</p>	
--	--	---	--	--	---	--

					<p>konsu men</p> <p>3. Secara bersam a-sama maupu n simulta n harga kualitas produk berpen garuh terhada p keputus an pembel ian pada sepeda motor Yamah</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					a studi pada Masyar akat Univer sitas Dipone goro Semara ng	
5	Fransisca Paramita sari Musay (2011)	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusa n Pembelia n	1. Citra Perusaha an (X ₁) 2. Citra Pemakai (X ₂)	Keputusan Pembelian (Y)	Citra Merek yang terdiri dari Citra Merek Perusahaa n (X ₁), Citra Pemakai (X ₂) Citra Produk (X ₃)	

					memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).	
6	Afra Wibawa Makna Hayat (2013)	Pengaruh Lokasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro OUVAL RESEARCH di Buah Batu	1. Lokasi (X ₁) 2. Citra Merek (X ₂)	Keputusan Pembelian (Y)	Hasil menunjukkan citra merek memberikan pengaruh yang lebih besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	

		Bandung			pada Distro Ouval Research Buah Batu Bandung dibanding kan lokasi lain	
7	Muham mad Reza Syaiful Army (2015)	Analisis Pengaruh Merek Negara Asal (<i>Country Of Origin</i>)	1. Merek 2. Negara Asal (<i>Country Of Origin</i>)	Sikap Konsumen	Merek Negara Asal memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap konsumen	
8	Putri Wahyu Tati, Suhary	Pengaruh <i>Country Of Origin</i> <i>Global</i>	1. <i>Country Of Origin</i> 2. <i>Global</i>	1. Minat Beli 2. Keputus an	<i>Country Of Origin</i> <i>Global Brand</i>	

	ono, Edy Yulianto (2015)	<i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Keputusan Pembelian. (Survei pada konsumen yang Membeli Smarphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara)	<i>Brand Image</i>	Pembelian	<i>Image</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian	
--	-----------------------------------	---	--------------------	-----------	--	--

H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah peneliti kemukakan, peneliti mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ho = Citra Merk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk smartphone Lenovo (studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Ha = Citra Merk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk smartphone Lenovo (studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Ho = *Country of Origin* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo (studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Ha = *Country of Origin* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo (studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Ho = Citra Merek *Country Of Origin* secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo (studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Ha = Citra Merek *Country Of Origin* secara simultan berpengaruh Keputusan Pembelian dalam memilih produk Smartphone Lenovo (studi kasus pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung).