

**PENGARUH *BRAND* DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMILIH  
PRODUK *HANDPHONE*  
(Studi Kasus pada Keputusan Pembelian *Handphone* di Rancah)**

**ARTIKEL**

**Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Menempuh Gelar Sarjana Strata Satu**



Oleh:

**RIYAD DUDDIN**  
3402170303

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS GALUH CIAMIS  
2021**

## ABSTRAK

**Riyad Duddin, NIM. 3402170303. “Pengaruh *Brand* dan *Country of Origin* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Handphone (Studi kasus pada Keputusan Pembelian *Handphone* di Rancah)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, M.M. (Pembimbing 1) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E. M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada belum optimalnya keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *handphone* pada masyarakat Desa Rancah yang diakibatkan oleh belum optimalnya pengetahuan konsumen mengenai *brand* dan *country of origin*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *brand* terhadap keputusan pembelian konsumen, pengaruh *country of origin* terhadap keputusan pembelian konsumen, pengaruh *brand* dan *country of origin* terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *handphone* pada Masyarakat Desa Rancah. Metode yang digunakan yaitu metode survey *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana dan berganda, dan pengujian hipotesis (Uji t,Uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pengetahuan masyarakat tentang *brand hanphone* di Desa Rancah termasuk dalam kategori baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *brand* terhadap keputusan pembelian konsumen, *Country of origin handphone* di Desa Rancah termasuk dalam kategori baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *country of origin* terhadap keputusan pembelian konsumen, Keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *handphone* di Desa Rancah termasuk dalam kategori tinggi. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *brand* dan *country of origin* terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya jika *brand* dan *country of origin* suatu produk sudah baik maka keputusan pembelian akan meningkat.

**Kata Kunci: *Brand*, *Country of Origin* dan Keputusan Pembelian Konsumen**