

## ABSTRAK

### **PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP EKUITAS MEREK *SMARTPHONE* SAMSUNG DI BANDAR LAMPUNG**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)**

Oleh

**Ahmad Muamar**

Samsung merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar di dunia yang didirikan di Korea Selatan dan menjadi salah satu merek terbesar di dunia dengan mengeluarkan *smartphone* yang menjadi juara dalam persaingan bursa pasar gawai. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh negara asal (*Country of Origin*) dan *Word of Mouth* terhadap ekuitas merek *smartphone* Samsung di Bandar Lampung. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan mahasiswa pengguna *smartphone* merek Samsung di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sebanyak 200 responden. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variabel negara asal berpengaruh positif terhadap ekuitas merek sebesar 39,8%, sedangkan variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap ekuitas merek sebesar 31,8%. Saran terpenting yang diajukan dalam penelitian ini adalah perusahaan Samsung terus tetap mempertahankan kualitas produknya dengan cara mengembangkan inovasi dan teknologi pada produk *smartphone* agar produk tersebut menjadi lebih baik dari sebelumnya dan dapat direkomendasikan oleh banyak konsumen sehingga calon konsumen yang belum menggunakan *smartphone* Samsung berminat untuk membelinya.

**Kata kunci:** *Country of Origin*, *Word of Mouth*, Ekuitas Merek

## **ABSTRACT**

### **IMPACT OF COUNTRY OF ORIGIN AND WORD OF MOUTH ON BRAND EQUITY OF SAMSUNG SMARTPHONE BRANDS IN BANDAR LAMPUNG**

*(Study on Faculty of Economics and Business College Student, University of Lampung)*

**By**

**Ahmad Muamar**

*Samsung is one of the largest electronics companies in the world, which was founded in South Korea and is one of the largest brands in the world by releasing smartphones that become champions in the competition in the markets. The purpose of this study is want to know the influence of the Country of Origin and Word of Mouth on brand equity of Samsung smartphone brands in Bandar Lampung. Sampling in this study was conducted by purposive sampling technique which is a college student of Samsung brand smartphone user in the Faculty of Economics and Business, University of Lampung as many as 200 respondents. The results of this study note that the Country of Origin variables have a positive effect on brand equity amount to 39.8%, while the Word of Mouth variable has a positive effect on brand equity amount to 31.8%. The most important suggestion put forward in this study is that Samsung companies continue to maintain the quality of their products by developing innovations and technology in smartphone products so that the products are better than before and can be recommended by many consumers so that prospective customers who have not used Samsung smartphones are interest to buy it.*

**Keywords: Country of Origin, Word of Mouth, Brand Equity**