

Pengaruh country of origin terhadap evaluasi produk, persepsi kualitas dan keinginan membeli konsumen

Fitriana Kusuma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108385&lokasi=lokal>

Abstrak

Selain merek, country-of-origin merupakan pertimbangan penting bagi konsumen untuk menilai suatu produk, entah itu dalam mengevaluasi atau penilaian akan kualitas produk secara keseluruhan. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat country-of-origin menjadi pertimbangan penting konsumen. Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian terdahulu dari Schweiger, Otter & Strebinger (1995) mengenai pengaruh country-of-origin terhadap evaluasi produk dan implikasinya terhadap keputusan pemindahan lokasi. Penelitian dilakukan pada mahasiswa dan karyawan dengan golongan usia dan latar belakang yang beragam yang dianggap memiliki pengetahuan mengenai country-of-origin. Untuk menguji hipotesis ini dengan menggunakan metode kuesioner terstruktur yang diberikan secara langsung inapung melalui mills kepada responden. Data yang diperoleh sebanyak 223 responden. Analisis data yang digunakan adalah metode Structural Equation Modeling (SEM), dengan menggunakan program LISREL 8.30. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa country-of-origin memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap evaluasi produk dan persepsi kualitas, namun tidak mempengaruhi keinginan membeli konsumen. Ketertarikan untuk membeli lebih dikarenakan oleh persepsi kualitas terhadap suatu produk.

Likely as brand, country-of-origin has the equal value to become important consideration for consumer to evaluate a product, whether it as an evaluation or to judge the overall quality. The research is developed from previous study in country-of origin and product evaluation. Students and employees from varied age and background are considered as respondents in this research, and are assumed to understand the main point of country-of-origin. Total of 223 respondents are participated in the survey. Structural Equation Modeling (SEM) with applicable software package LISREL 8.30 is used as data analysis method. The research concluded that country-of-origin has a significant influence in product evaluation and quality perception, but has no strong influence in consumer's purchase decision. Consumer more intended to purchase a product based on quality perception rather than country-of-origin aspect.