

ABSTRAK**PENGARUH EFEK NEGARA ASAL DAN PERSEPSI ATAS KUALITAS PRODUK PADA NIAT BELI ULANG PONSEL PINTAR SAMSUNG, XIAOMI, DAN ADVAN MELALUI PERSEPSI ATAS HARGA SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

Stevanny Eka Shandra Sutrisno
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh: efek negara asal dan persepsi atas kualitas produk pada niat beli ulang, dan efek negara asal dan persepsi atas kualitas produk pada niat beli ulang dengan dimediasi oleh persepsi atas harga. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasisiwi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang sedang atau pernah menggunakan ponsel pintar Samsung, Xiaomi, dan Advan dalam waktu 1 tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner secara *online* kepada 120 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linear dengan variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) efek negara asal berpengaruh negatif pada niat beli ulang, 2) persepsi atas kualitas produk berpengaruh positif pada niat beli ulang, 3) persepsi atas harga memediasi secara penuh pengaruh efek negara asal pada niat beli ulang, dan 4) persepsi atas harga memediasi secara parsial pengaruh persepsi atas kualitas produk pada niat beli ulang.

Kata kunci: efek negara asal, persepsi atas kualitas produk, persepsi atas harga, dan niat beli ulang.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN EFFECT AND PRODUCT QUALITY PERCEPTION ON REPURCHASE INTENTION WITH PRICE PERCEPTION AS MEDIATING VARIABLE OF SMARTPHONE SAMSUNG, XIAOMI, AND ADVAN

Stevanny Eka Shandra Sutrisno
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2019

This study aims to examine: the influence of country of origin effects and product quality perception on repurchase intentions, and the influence of country of origin effects and product quality perception on repurchase intentions mediated by price perception. The population in this study were the students of Sanata Dharma University, Yogyakarta, who were or have used Samsung, Xiaomi, and Advan smartphones in the past 1 year. The sampling technique used was purposive sampling. Data were obtained by distributing online questionnaires to 120 respondents. Data analysis technique in this study is linear regression with mediating variable. The results showed that: 1) country of origin effect negatively influence repurchase intention, 2) product quality positively influence repurchase intention, 3) price perception fully mediates the country of origin effect on repurchase intention, 4) price perception partially mediates the product quality perception on repurchase intention.

Keywords: country of origin effect, product quality perception, price perception, and repurchase intention.