

ABSTRAK

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI
AKAN HARGA PADA MINAT BELI *SMARTPHONE* SAMSUNG DI
SLEMAN DAN KOTA PEMATANG SIANTAR**

Studi pada konsumen Samsung di Samsung *Experince Store* Ambarukmo Plaza
Yogyakarta dan Era Ponsel Pematang Siantar

Nurul Dewi Tipani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image* dan Persepsi akan Harga pada Minat Beli *Smartphone* Samsung di Sleman dan Kota Pematang Siantar, (2) perbedaan *Country of Origin*, *Brand Image* dan Persepsi akan Harga *Smartphone* Samsung di Sleman dan Kota Pematang Siantar. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2014 di Samsung *Experience Store* Ambarukmo Plaza Yogyakarta dan Era Ponsel Pematang Siantar. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dan *Independent Sample t test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Country of Origin* tidak berpengaruh pada minat beli, *Brand Image* berpengaruh positif pada minat beli dan Persepsi akan harga berpengaruh positif pada minat beli, (2) tidak ada perbedaan *Country of Origin Smartphone* Samsung di Sleman dan Kota Pematang Siantar, *Brand Image Smartphone* Samsung di Sleman lebih tinggi dibanding Kota Pematang Siantar dan Persepsi akan Harga *Smartphone* Samsung di Sleman lebih tinggi dibanding Kota Pematang Siantar.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF COUNTRY OF ORIGIN, BRAND IMAGE AND
PRICE PERCEPTION ON PURCHASE INTENTION OF SAMSUNG
SMARTPHONE IN SLEMAN AND PEMATANG SIANTAR CITY**

Study on consumers Samsung's Samsung Experience Store Ambarukmo Plaza
Yogyakarta and Era Mobile Pematangsianta

Nurul Dewi Tipani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2015

This research aims to discover: (1) The influence of Country of Origin, Brand Image and Price Perception on Purchase Intention of Samsung Smartphone in Sleman and Pematang Siantar City, (2) the differences in Country of Origin, Brand Image and Price Perception of Samsung Smartphone in Sleman and Pematang Siantar City. This research took place in June 2014 in Samsung Experience Store and Era Ponsel in Pematang Siantar. The sample size is 100 respondents. Sampling technique employed was Purposive Sampling. Data analysis techniques were Multiple Linier Regresion and Independent Sampel T test. The result of this research shows that: (1) Country of Origin doesn't influence Purchase Intention, Brand Image influences positively Purchase Intention and Price Perception influences positively Purchase Intention, (2) there is no difference of Country of Origin Samsung Smartphone in Sleman and Pematang Siantar City, Brand Image of Samsung Smartphone in Sleman is higher than that of Pematang Siantar City and Price Perception of Samsung Smartphone in Sleman is higher than that of Pematang Siantar City.