

ABSTRAK

Amni Norwidasyaroh. NIM. 1320210132. Pengaruh *Country Of Origin, Global Brand Image* dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* Konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menguji pengaruh *country of origin* terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus. 2) menguji pengaruh *global brand image* terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus. 3) menguji pengaruh *perceived quality* terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus. 4) menguji pengaruh *country of origin, global brand image* dan *perceived quality* terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus.

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Tujuan penelitian lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah konsumen Smartphone Samsung di Millenia Cell Kudus yang berjumlah 102 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket/kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis regresi berganda, uji t parsial, uji statistik F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *country of origin* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel *country of origin* (X_1) memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* karyawan sebesar 0,178. *Global brand image* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel *global brand image* (X_2) memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* karyawan sebesar 0,064. *Perceived quality* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus. Hasil koefisien regresi, variabel *perceived quality* (X_3) memiliki pengaruh terhadap *purchase intention* karyawan sebesar 0,022. *Country of origin, global brand image* dan *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen Samsung di Millenia Cell Kudus. Sesuai dengan nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel ($2,734 > 2,70$), serta didukung dengan nilai signifikansi di bawah 0.05 yaitu 0,001.

Kata Kunci : *Country Of Origin, Global Brand Image, Perceived Quality, Purchase Intention* Konsumen.