

**PENGARUH NEGARA ASAL MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH
PERSEPSI KUALITAS**

Survei Pada Calon Konsumen Laptop Asus di Kabupaten Sleman, Yogyakarta

ADIK HERMAWAN

NPM : 141100223

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

human_continue@yahoo.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh positif dan signifikan negara asal terhadap persepsi kualitas, 2) Pengaruh positif dan signifikan persepsi kualitas terhadap minat beli, 3) Pengaruh positif dan signifikan negara asal terhadap minat beli, 4) Pengaruh positif dan signifikan negara asal terhadap minat beli dengan persepsi kualitas sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen laptop Asus di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis *Path*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas, 2) Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, 3) Negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, 4) Negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan persepsi kualitas sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : Negara Asal, Minat Beli, dan Persepsi Kualitas.