

ABSTRAKSI

SYAFARANI RISDIANA. Analisis Pengaruh *Country Of Origin*, Merek, dan Harga Terhadap Niat Beli Sepatu NIKE. (Dibimbing oleh Drs. Tugiyono, MM dan Dra. Sri Budiwati, M.Si).

Masyarakat Indonesia sekarang ini lebih mempunyai persepsi yang bagus terhadap produk impor dibandingkan dengan produk lokal. Ketika masyarakat atau konsumen tidak memiliki kompetensi untuk menilai kualitas dari produk, mereka akan melihat dari *country of origin*, merek, dan harga dari produk tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Menganalisis pengaruh *country of origin*, merek, dan harga secara serentak terhadap niat beli sepatu NIKE: 2) Menganalisis pengaruh *country of origin*, merek, dan harga parsial terhadap niat beli sepatu NIKE.

Penelitian ini dilakukan di “NIKE Store” yang terletak di Ambarrukmo Plaza, Yogyakarta, dan di “NIKE Warehouse” yang terletak di Jl. Dr. Sutomo, Yogyakarta. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Alat yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh signifikan secara serentak *country of origin*, merek, dan harga terhadap niat beli sepatu NIKE. Ada pengaruh signifikan variabel *country of origin* dan merek terhadap niat beli sepatu NIKE. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli sepatu NIKE.

Kata kunci: *country of origin*, merek, harga, niat beli.