

INTISARI

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh citra negara asal, citra merek, dan persepsi kualitas pada niat pembelian konsumen terhadap produk kosmetik Makeover. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan data yang diperoleh melalui kuesioner kepada 200 responden. Untuk menguji pengaruh antar variabel dalam penelitian digunakan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan persepsi kualitas berpengaruh signifikan pada niat pembelian konsumen. Variabel citra negara asal memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan pada niat pembelian konsumen

Kata kunci : citra negara asal, citra merek, persepsi kualitas, niat pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyzed the influence of country of origin, brand image and perceived quality having an influence on consumer purchasing intention on cosmetic product Makeover. The hypothesis tested in this study quantitatively used the data obtained through a questionnaire to 200 respondents. To analyze the data used regression analysis.

This study found that the brand image and perceived quality have significant effect on consumer purchase intention. While on the results of the study also found that country of origin has an effect toward consumer purchase intention but it isn't significant.

Keywords: *country of origin, brand image, perceived quality, and purchase intention*