

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menilai efek *country of origin* (COO) terhadap evaluasi produk dan keinginan membeli konsumen pada produk impor mainan anak, alas kaki, pakaian jadi, serta makanan dan minuman *made in China* di pasar domestik. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa apakah efek COO dapat berpengaruh pada evaluasi produk serta apakah setiap produk China memiliki efek COO yang berbeda-beda selain itu untuk mengetahui apakah evaluasi produk terhadap produk impor China akan berpengaruh pada minat beli. Penelitian ini menggunakan populasi masyarakat DIY sebagai sampel dengan menggunakan metode penelitian survey kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa COO memiliki pengaruh positif terhadap evaluasi produk dan terdapat perbedaan efek COO di setiap produk impor China tersebut. Kemudian, evaluasi produk terhadap produk impor China tersebut ternyata memiliki pengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen. Penelitian selanjutnya lebih baik apabila dilakukan di beberapa kota dan provinsi, untuk mengetahui pengaruh karakteristik budaya yang berbeda terhadap keinginan membeli konsumen untuk produk yang memiliki efek COO.

Kata Kunci : country of origin, evaluasi produk, keinginan membeli, made in China

ABSTRACT

This research is examining the effect of Country of origin (COO) on product evaluation and purchase intention regarding import product which are toys, footwear, clothing and beverage with label of made in China in domestic market. The purpose of this research is identifying and analyzing the differential COO effect of China Product regarding product evaluation, further to identify whether the product evaluation positively influence intention to buy. The population of this research has included DIY resident as sample and implemented quantitative survey as the research method. The result of this research proved that there is differential effect of COO in different kind of China product. Furthermore, as general, product evaluations were proved to be positively influencing the intention to buy. As a suggestion, in identifying and exploring more on COO regarding consumer's culture and characteristics on purchase intention, future research should be conducted by including more samples in different city and provinces.

Keywords : country of origin, product evaluation, intention to buy, made in China