

Pengaruh negara asal (country of origin) terhadap sikap konsumen dalam memilih merek Muji = The effects of country of origin to consumer's attitude toward choosing Muji

Diandra Dhea Astari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20431975&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Negara asal (country of origin) terhadap sikap konsumen dalam memilih merek MUJI. Country of origin adalah asosiasi dan kepercayaan mental seseorang akan suatu produk yang dipicu oleh negara asal produk. Aspek-aspek penting yang terdapat pada country of origin yaitu innovativeness, design, prestige, dan wormanship. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik purposive sampling, dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen MUJI di pusat perbelanjaan di Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa country of origin memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam memilih merek MUJI.

ABSTRACT

This research purposed to discover leverage between country of origin to consumer's attitude toward choosing MUJI. Country of origin formed by individual associations dan mental beliefs towards the product within the country of the product. Country of origin has an important aspects such as innovativeness, design, prestige, and workmanship. This research used quantitative approach and purposive sampling technique, and spreads 100 questionnaires to MUJI's consumer on shopping center in Jakarta. The results of the research found that country of origin has positive influenced to consumer's attitude toward choosing MUJI.