

DAFTAR PUSTAKA

- Apriansyah, Y. (2024). Pengaruh Country Of Origin, Green Marketing, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Minat beli Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur). *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyoto, K. (2010). *Prinsip-prinsip manajemen operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assael, H. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiyanto, H., & Wiwaha, A. (2021). Pengaruh country of origin dan kualitas produk terhadap minat beli: Studi kasus Huawei smartphone. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 2(1), 1–11.
- Cateora & Graham. (2017). *Pemasaran Internasional, Edisi 13, Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar. Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Efendi, B., Setiyawan, F., & Astuti, M. (2022). Pengaruh Country of Origin, Citra Merk, Perceived Quality, Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli (Studi Pada Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Mataram Sakti Wonosobo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(5), 84-94.
- Ferdinand, A. (2014). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gaikindo. (2023). *Laporan Penjualan Otomotif 2022*. Diakses pada 23 November 2024, dari <https://www.gaikindo.or.id>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girish, A., Pangabeau, W., & Shashank, M.A. (2024). The Influence Of Country Of Origin And Quality Perceptions On Purchase Intention (Study At Xiaomi Sales Center - Pekanbaru). *Journal of Geoscience, Engineering, Environment, and Technology*, 9(1), 92-99.
- Gregorius, C., Tjiptono, F., & Candra, Y. (2015). *Pemasaran Global: Internasionalisasi dan Internetisasi*. Yogyakarta: Andi.

- Hadi, S. (2014). *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariable Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hanna, F.O., & Chasanah, A.N. (2024). Pengaruh Country Of Origin Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Produk Polytron Di Mataram. *Jurnal Ganec Swara*, 18(2), 768-781.
- Karismawati, D., Salam, A., & Maradita, F. (2019). Pengaruh Country Of Origin Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 57-68.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country of Origin Terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 25–51.
- Moksaoka, I. M. W., & Rahyuda, I. K. (2016). Peran Brand Image Dalam Memediasi Country Of Origin Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1690–1716.
- Monalisa, A., Suharyono., & Sunarti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image serta Dampaknya Terhadap Minat beli (Studi pada Mahasiswa Pembeli dan Pengguna Laptop Lenovo di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Universitas Brawijaya*, 28(2).
- Mullins, J. W., Orville, C., Jean, C. L., & Harper, W. W. B. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pramono, S., & Suyono, A. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta : Intidayu Press.
- Putri, N.A.S., Sari, D., & Ra'fiah, K.K. (2023). Country of Origin Effect on Purchase Intention Towards Korean Skincare Products. *Jurnal Studi Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 111-120.
- Randi. (2023). Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
- Rosyidi, S. (2019). Analisis Pengaruh Brand, Country of Design dan Country of Assembly pada Persepsi Kualitas dan Niat Beli. *Potensio*, 11(1), 10–33.

- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Simamora, B. (2013). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudirjo, F., & Handoyo, E. . (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang. *Jurnal Serat Acitya*, 7(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Menara Ekonomi*, 3(5), 1–10.
- Susmikawati, Y.N. & Sunarti. (2017). Pengaruh Country Of Origin Terhadap Perceived Quality Dan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Calon Konsumen Yang Berminat Membeli Kamera Mirrorless Fujifilm Xseries Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49(2), 88-95.
- Swastha, D. B., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Syaripah, S., & Oktini, D.R. (2020). Pengaruh Negara Asal (Country of Origin) terhadap Minat Beli (Purchase Intention) Konsumen pada Roti Tous Les Jours di Istana Bandung Electronic Center (BEC). *Prosiding Manajemen*, 6(1), 266-269.
- Tirto.id. (2023). *Wuling Klaim Pabrik Terintegrasi Mampu Tekan Biaya Produksi*. Diakses pada 23 November 2024, dari <https://tirto.id>.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra. G. (2011). *Service.Quality and Satisfuction Edisi Ketiga*, Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H. (2011). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuni, P. (2016). *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Yasin, N.M., Noor, M.N., & Osman, M. (2012). Does Image Of Counry-Of-Origin Matter To Brand Equity? *Journal Of Product & Brand Management* Vol. 16, No.1: 38-48.

L

A

M

P

I

R

A

N

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di
Tempat

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dafa Nugraha
NPM : 2161201041
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Country Of Origin* Dan *Perceived Quality*
Penelitian : Terhadap Minat Beli Mobil Merek Wuling (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bengkulu).

Sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Jawaban/ pernyataan yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan sangat bermanfaat dalam penyelesaian penelitian ini. Tidak ada jawaban yang salah dan benar atas pernyataan yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan. Saya akan menjamin kerahasiaan dari jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, oleh karena itu saya sangat mengharapkan kejujuran dari Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Bengkulu, Desember 2024
Hormat Saya,

Dafa Nugraha

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia : ☐ ≤ 20 Tahun ☐ 21 - 30 Tahun ☐ 31 – 40 Tahun
☐ 41 – 50 Tahun ☐ > 50 Tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Pendidikan : ☐ SMA ☐ D3/D4 ☐ S1 ☐ S2/ Profesi ☐ S3

No Telpn/ HP :

II. PERTANYAAN PENDAHULUAN

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/Saudari tinggal atau berdomisi di Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu (Ya/Tidak)
2. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/Saudari mengetahui produk mobil merek Wuling? (Tahu/Tidak)
3. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/Saudari bisa membaca dan menulis? (Bisa/Tidak Bisa)
4. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/Saudari bisa berkomunikasi dengan baik? (Bisa/Tidak Bisa)
5. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/Saudari bersedia menjadi responden dalam penelitian ini? (Bersedia/ Tidak Bersedia).

III. VARIABEL PENELITIAN

Petunjuk Pengisian :

- a. Berilah tanda (✓) pada kolom jawaban yang ada di sebelah kanan pernyataan yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.
- b. Berikan hanya 1 (satu) jawaban saja pada setiap pernyataan.
- c. Baca dan pahami pernyataan sebelum memberikan jawaban.

Pilihan Jawaban :

SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 KS : Kurang Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS: Sangat Tidak Setuju

1. VARIABEL MINAT BELI (Y)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Minat Transaksional						
1	Saya berminat untuk membeli mobil merek Wuling karena merasa cocok dengan produk yang ditawarkan.					
2	Saya berminat untuk membeli mobil merek Wuling karena merasa cocok dengan produk yang ditawarkan.					

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Minat Referensial						
3	Saya akan merekomendasikan untuk membeli mobil merek Wuling kepada keluarga, teman, dan orang lain.					
4	Saya akan menceritakan hal-hal positif mengenai mobil merek Wuling kepada orang lain.					
Minat Preferensial						
5	Saya akan tetap memilih mobil merek Wuling meskipun ada produk mobil merek lain menawarkan hal yang lebih menarik.					
6	Saya akan tetap memilih mobil merek Wuling meskipun ada informasi negatif mengenai produk mobil merek Wuling.					
Minat Eksploratif						
7	Saya aktif mencari informasi mengenai mobil merek Wuling di semua media.					
8	Saya aktif mengikuti perkembangan informasi mengenai mobil merek Wuling di semua media.					

Sumber: Randi, 2023

2. VARIABEL COUNTRY OF ORIGIN (X₁)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Inovasi Negara Dalam Berproduksi						
1	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara yang Inovatif dalam menciptakan suatu produk.					
2	Sebagai negara dengan tingkat inovasi tinggi, China terus berusaha untuk mengembangkan produk-produk berkualitas, termasuk mobil Wuling, yang dirancang dengan fitur-fitur terbaru.					

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Tingkat Kemajuan Teknologi Negara Asal Merek						
3	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan salah satu negara dengan teknologi tercanggih di dunia.					
4	Dengan kemajuan teknologi yang pesat, China, melalui mobil merek Wuling, menjadi pelopor dalam pengembangan kendaraan dengan teknologi tinggi yang dapat memenuhi permintaan pasar global.					
Desain Produksi						
5	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara yang sangat terkenal dalam kemampuan mendesain suatu produk.					
6	Kemampuan desain produk China, termasuk pada mobil Wuling, telah diakui secara global karena menggabungkan elemen modern, praktis, dan efisien yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
Kreativitas Berproduksi						
7	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara dengan tingkat kreatifitas yang tinggi dalam memproduksi suatu produk.					
8	Keberhasilan China dalam memproduksi mobil Wuling membuktikan tingginya tingkat kreativitas negara ini dalam merancang dan memproduksi produk otomotif yang relevan dan menarik bagi konsumen di berbagai belahan dunia.					

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
Kualitas Produksi						
9	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara produsen produk-produk dengan kualitas terbaik di dunia.					
10	Sebagai salah satu produsen terbesar di dunia, China terus menunjukkan dedikasinya terhadap kualitas dengan menghadirkan produk-produk seperti mobil Wuling, yang didesain dan diproduksi dengan standar tinggi.					
Prestise Yang Dimiliki Negara Asal Merek						
11	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara yang terkenal memiliki kemampuan untuk menciptakan produk-produk terbaik.					
12	Melalui merek Wuling, China menunjukkan kemampuannya untuk memproduksi kendaraan dengan kualitas terbaik yang mampu bersaing dengan merek-merek ternama lainnya di pasar global.					
Citra Negara Asal Merek Sebagai Negara Maju						
13	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan salah satu negara termaju di dunia.					
14	Sebagai negara dengan kemampuan teknologi tinggi, China menunjukkan posisi terdepannya di dunia dengan terus berinovasi dalam produksi mobil, seperti yang terlihat pada merek Wuling.					

Sumber: Yosef Apriansyah, 2024

3. VARIABEL *PERCEIVED QUALITY* (X₂)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
<i>Performance/Kinerja</i>						
1	Mobil merek Wuling merupakan alat transportasi yang mampu memberikan kinerja terbaik sesuai kebutuhan saya.					
2	Mobil merek Wuling tahan lama dan jarang mengalami kerusakan atau malfungsi.					
<i>Features/Keistimewaan</i>						
3	Mobil merek Wuling memiliki kelengkapan atribut dan fitur canggih sesuai dengan apa yang saya inginkan dan butuhkan.					
4	Mobil merek Wuling memiliki desain yang memberikan kesan mewah dan berkelas.					
<i>Reliability/Kehandalan</i>						
5	Mobil merek Wuling memiliki ketahanan dalam jangka waktu yang lama meskipun terus digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari.					
6	Mobil merek Wuling tidak mengalami perubahan meskipun sudah digunakan sebagai alat transportasi dalam waktu yang lama.					
<i>Consistency/Kemampuan</i>						
7	Mobil merek Wuling mampu memberikan kenyamanan pada saat digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari.					
8	Mobil merek Wuling mampu memberikan rasa aman pada saat digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari.					

Sumber: Yosef Apriansyah, 2024

LAMPIRAN
HASIL UJI VALIDITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Minat Beli (Y)				
1	Saya berminat untuk membeli mobil merek Wuling karena merasa cocok dengan produk yang ditawarkan.	0,632	0,361	Valid
2	Saya berminat untuk membeli mobil merek Wuling karena merasa cocok dengan produk yang ditawarkan.	0,657	0,361	Valid
3	Saya akan merekomendasikan untuk membeli mobil merek Wuling kepada keluarga, teman, dan orang lain.	0,822	0,361	Valid
4	Saya akan menceritakan hal-hal positif mengenai mobil merek Wuling kepada orang lain.	0,612	0,361	Valid
5	Saya akan tetap memilih mobil merek Wuling meskipun ada produk mobil merek lain menawarkan hal yang lebih menarik.	0,661	0,361	Valid
6	Saya akan tetap memilih mobil merek Wuling meskipun ada informasi negatif mengenai produk mobil merek Wuling.	0,659	0,361	Valid
7	Saya aktif mencari informasi mengenai mobil merek Wuling di semua media.	0,681	0,361	Valid
8	Saya aktif mengikuti perkembangan informasi mengenai mobil merek Wuling di semua media.	0,611	0,361	Valid
Country Of Origin (X₁)				
1	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara yang Inovatif dalam menciptakan suatu produk.	0,753	0,361	Valid
2	Sebagai negara dengan tingkat inovasi tinggi, China terus berusaha untuk mengembangkan produk-produk berkualitas, termasuk mobil Wuling, yang dirancang dengan fitur-fitur terbaru.	0,646	0,361	Valid
3	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan salah satu negara dengan teknologi tercanggih di dunia.	0,639	0,361	Valid
4	Dengan kemajuan teknologi yang pesat, China, melalui mobil merek Wuling, menjadi pelopor dalam pengembangan kendaraan dengan teknologi tinggi yang dapat memenuhi permintaan pasar global.	0,824	0,361	Valid
5	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara yang sangat terkenal dalam kemampuan mendesain suatu produk.	0,677	0,361	Valid

No	Variabel	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket.
6	Kemampuan desain produk China, termasuk pada mobil Wuling, telah diakui secara global karena menggabungkan elemen modern, praktis, dan efisien yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.	0,824	0,361	Valid
7	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara dengan tingkat kreatifitas yang tinggi dalam memproduksi suatu produk.	0,465	0,361	Valid
8	Keberhasilan China dalam memproduksi mobil Wuling membuktikan tingginya tingkat kreativitas negara ini dalam merancang dan memproduksi produk otomotif yang relevan dan menarik bagi konsumen di berbagai belahan dunia.	0,694	0,361	Valid
9	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara produsen produk-produk dengan kualitas terbaik di dunia.	0,580	0,361	Valid
10	Sebagai salah satu produsen terbesar di dunia, China terus menunjukkan dedikasinya terhadap kualitas dengan menghadirkan produk-produk seperti mobil Wuling, yang didesain dan diproduksi dengan standar tinggi.	0,538	0,361	Valid
11	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan negara yang terkenal memiliki kemampuan untuk menciptakan produk-produk terbaik.	0,677	0,361	Valid
12	Melalui merek Wuling, China menunjukkan kemampuannya untuk memproduksi kendaraan dengan kualitas terbaik yang mampu bersaing dengan merek-merek ternama lainnya di pasar global.	0,646	0,361	Valid
13	Negara China sebagai negara asal mobil merek Wuling merupakan salah satu negara termaju di dunia.	0,827	0,361	Valid
14	Sebagai negara dengan kemampuan teknologi tinggi, China menunjukkan posisi terdepannya di dunia dengan terus berinovasi dalam produksi mobil, seperti yang terlihat pada merek Wuling.	0,788	0,361	Valid
Perceived Quality (X₂)				
1	Mobil merek Wuling merupakan alat transportasi yang mampu memberikan kinerja terbaik sesuai kebutuhan saya.	0,748	0,361	Valid
2	Mobil merek Wuling tahan lama dan jarang mengalami kerusakan atau malfungsi.	0,646	0,361	Valid

No	Variabel	r hitung	r tabel	Ket.
3	Mobil merek Wuling memiliki kelengkapan atribut dan fitur canggih sesuai dengan apa yang saya inginkan dan butuhkan.	0,758	0,361	Valid
4	Mobil merek Wuling memiliki desain yang memberikan kesan mewah dan berkelas.	0,732	0,361	Valid
5	Mobil merek Wuling memiliki ketahanan dalam jangka waktu yang lama meskipun terus digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari.	0,606	0,361	Valid
6	Mobil merek Wuling tidak mengalami perubahan meskipun sudah digunakan sebagai alat transportasi dalam waktu yang lama.	0,518	0,361	Valid
7	Mobil merek Wuling mampu memberikan kenyamanan pada saat digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari.	0,788	0,361	Valid
8	Mobil merek Wuling mampu memberikan rasa aman pada saat digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari.	0,571	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

LAMPIRAN
HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Standar	Ket.
1. Minat Beli (Y)	0,889	0,60	Reliabel
2. <i>Country Of Origin</i> (X ₁)	0,934	0,60	Reliabel
3. <i>Perceived Quality</i> (X ₂)	0,891	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2024