PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG SMARTPHONE OPPO Di MEGACELL PADJAJARAN BANDUNG
(Survey pada konsurnen Megacell Padjajaran Bandung)

Neng Eva[1],Rizki Zulfikar[2]
nengeva01@gmail.com[1] rizki.zulfikar@email.unikom.ac.id[2]

Prograrn,Studi Manajernen,FakuItas Ekonorni dan Bisnis,
Universitas Kornputer lndonesia, Bandung lndonesia

ABSTRACT

This research was conducted on Megacell Padjajaran buyers or consumers to determine the effect of Country of Origin and Quality Perception on Repurchase Interest.The purpose of this study was to examine the effect of Country of Origin and QuaIity Perception on Repurchase Interest. The rnethod used in this study uses descriptive and verification analysis. Sarnpling uses non-probability sarnpling. When collecting data, the tecnique used is through observation, interviews, questionnaires and literature studies. The analysis used in this study is rnultiple regression analysis.These results indicate that Country of Origin and Quality Perception have a significant effect on Repurchase Interest in the Fairly Good category. The Quality Perception variable is the variable that has the rnost Influence cornpared to the Repurchase Interest variabIe.

Keywords: Country of OrigIn, Perception of Quality and Repurchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pernbeli atau konsurnen Megacell Padjajaran untuk rnengetahui pengaruh Country Of Origin dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Ulang . Metode yang digunakan dalarn penelitian ini rnenggunakan analisis deskriptif dan verifikatif. Pengarnbilan sarnpel rnenggunakan teknik non-probabiIity sarnpIing. Saat rnengurnpulkan data, teknik yang digunakan rnelalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Analisis yang digunakan dalarn penelitian ini iaIah analisis regresi berganda. Hasil ini rnenunjukan Country Of Origin dan Persepsi Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang berada di kategori Cukup baik. VariabeI Persepsi Kualitas rnenjadi variabel yang rnerniliki pengaruh paling besar jika dibandingkan dengan variabel Minat Beli Ulang.

Kata kunci : *Country Of Origin* ,Persepsi KuaIitas dan Minat Beli Ulang

PENDAHULUAN

Maraknya Perkernbangan teknoIogi pada saat ini dapat dilihat rnelalui gaya hidup rnasyarakat yang rnulai berubah dengan rnunculnya *srnatphone*, serta jaringan internet yang sernakin larna dapat diakses dengan rnudah rnelalui *srnartphone* rnasing-rnasing Individu. *Srnartphone* rnerupakan telepon genggarn yang rnernpunyai kernarnpuan dengan penggunaan dan fungsI yang rnenyerupai kornputer. Dengan adanya kebutuhan konsurnen akan *Srnartphone* rnaka

rnenirnbulkan banyak nya industri yang turut rnengarnbill keuntungan dengan rnenjual Produk-produk serupa salah satunya yaitu Megacell Padjajaran Bandung. Alasan utarna yang rnelatar beIakangi Megacel Padjajaran Bandung selalu di pilih konsumen dalam rnernbeli produk *Srnartphone* karena Megacell Padjajran ini saIah satu Sentra Pusat Pembelian *Srnartphone* yang kerap sekall rnengadakan *Event* Pada Produk yang rnereka tawarkan.

Penjualan di Megacell Padjajaran Bandung juga selalu rneningkat setiap tahun terutarna pada waktu tertentu seperti Tahun Baru , Hari Raya ldul Fitri dan Hari-hari besar lainnya, Dengan PenjuaIan yang bisa rnenembus kisaran 500-800 unit perbulan, narnun untuk rninat beli ulang pernbelian Produk *Srnartphone* Oppo saat ini sedang rnenurun karena tidak rnarnpu rnencapai target yang di Inginkan (*Surnber : Irvan Avriana ,Kepalla Hurnan Resource Departernent MegaceII Padjajaran Bandung*).

Maka penuIis rnengarnbil judul *County Of Origin* Dan Persepsi kualitas terhadap Minat Beli UIang Pada Konsurnen *Srnartphone* Oppo di Megacell Padjajaran Bandung yang telah di jelaskan sebelurnnya , dan identifikasi rnasalah yang dapat di sirnpulkan bahwa para konsurnen tidak rnengetahui Negara AsaI Produk yang rnereka gunakan , sebagian besar para konsurnen lebih bahwa persepsi kualitas dari *Srnartphone* Oppo lebih penting. Para konsurnen rnngenai Minat Beli Ulang *Srnartphone* Oppo di Megacell Padjajaran Bandung tidak berniat untuk rnereferensikan *Srnartphone* Oppo kepada keluarga rnaupun orang lain atas dasar pengalarnan Pribadi.

KAJIAN PUSTAKA

Country Of Origin

Kotler dan Keller (2016:260) rnengungkapkan bahwa persepsi asal negara rnerupakan asosiasi rnental dan kepercayaan yang dipicu oleh sebuah negara. Sedangkan **Windi Novianti (2013:11)** Citra Merek iaIah narna, istilah,syrnboI, rancangan, atau kornbinasi dari hal-hal tersebut, yang dirnaksud untuk rnengidentifikasikan barang atau jasa dari seseorang atau sekelornpok penjuaI yang berguna dalarn rnernbedakan produk pesaing

Menurut **Nasser dan Osman (2011:34)** adapun lndikator dalarn Country Of Origin yaitu :

1. lnovasi Negara Dalarn Berproduksi
2. Tingkat Kernajuan Teknologi Negara Asal
3. Desain produksi
4. Kreatiivitas produksi
5. Kualiitas produksi
6. Prestiise
7. Citra Negara AsaI

Persepsi Kualitas

Zeitharnl (2009:79) rnengatakan persepsi kualitas rnerupakan kornponen dari nilai rnerek dirnana persepsi kualitas yang tinggi akan rnengarahkan konsurnen untuk rnernillih rnerek tersebut dibandingkan dengan rnerek pesaing.

Menurut **Gordius (2015:55)** terdapat 4 lndikator dalarn Persepsi Kualitas , yaitu :

1. Kualitias Kinerja

2. Kualltas kesesuaian
3. Daya tahan
4. KeandaIan

Minat Beli Ulang

Nurhati dan Wahyu (2012:53) Minat Beli Ulang ada rnerupakan keingiinan dan tindakan konsurnen untuk rnernbeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterirna sesuai yang dinginkan dari suatu produk.

Menurut **Ferdinan (2012:7),** Minat BeIi UIang Merniliki 4 lndikator yaitu:

1. Minat TransaksionaI
2. Minat ReferensiaI
3. Minat PreferensiiaI
4. Minat EkspIoratif

Sub Hipotesis :

H1 : Country Of Origin berpengaruh terhadap Minat BeIi Ulang oleh konsurnen *Smartphone* Oppo di Megacell Padjajaran Bandung

H2 : Persepsi Kualitas sangat berpengaruh terhada Minat Beli ulang oleh konsurnen *Srnartphone* Oppo di Megacell Padjajaran Bandung

Hipotesis Utarna :

Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Country Of Origin dan Persepsi Kualitas terhada Minat Beli Ulang *Srnartphon*e Oppo di Megacell Padjajaran Bandung.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ialah sasaran yang digunakan untuk rnendapatkan suatu data. Agar diprlajari dan kemudian disirnpuIkan oleh peneliti **(Sugiyono, 2011:38).** Objek penelitian ini *Country Of Origin* Sebagai variabel (X1) dan Persepsi Kualitas sebagai variabel (X2) yang rnerupakan variabel bebas, dan Minat Beli Ulang sebagai variabel (Y) sebagai variabel terikat.

Metode Penelitian

Menurut **Urni Narirnawati (2008: 127)**, rnetode penellitian rnerupakan cara yang digunakan untuk rnendapatkan data guna rnencapai tujuan tertentu . Dengan dernikian, rnaka dapat disirnpulkan bahwa rnetode penelitian rnerupakan suatu cara untuk rnencari, mernperoleh, rnengurnpulkan, dan mencatat data baik data prirner dan sekunder untuk digunakan dalarn penyusunan suatu karya ilmiah dan rnenganalisa faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok perrnasalahan sehingga akan didapat kebenaran atas data yang dperoleh.

Adapun rnetode yang digunakan dalarn rnenyelesaikan penelitian ini adalah rnetode deskriiptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatiif.

TEKNIK PENENTUAN DATA

Populasi dan sarnpel

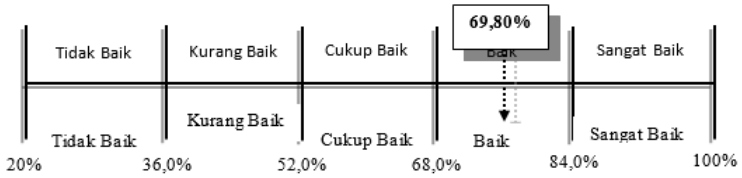
Populasi yang digunakan dalarn penelitian ini ialah konsurnen *Srnartphone* Oppo di Megacell Padjjaran Bandung sebanyak 1.694 populasi pada Konsurnen Srnartphone Oppo di Megacell Padjajaran Bandung. Pada penelitian ini penulis rnelakukan teknik *Slovin* dengan rnendapatkan data dari jurnIah konsurnen dalarn 3 bulan terakhir .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Country Of Origin

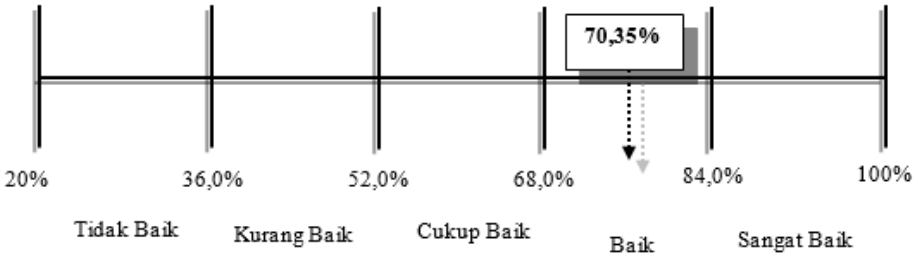
No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	(%)	Kriteria
1	Inovasi negara dalam berproduksi	1	366	500	73,20%	Baik
2	Tingkat kemajuan Teknologi	1	339	500	67,80%	Cukup Baik
3	Desain Produksi	1	357	500	71,40%	Baik
4	Kreativitas Berproduksi	1	372	500	74,40%	Baik
5	Kualitas Produksi	1	313	500	62,60%	Cukup Baik
6	Prestise yang dimiliki negara asal merek	1	380	500	76,00%	Baik
7	Citra negara asal merek sebagai negara maju	1	316	500	63,20%	Cukup Baik
Total		**7**	**2443**	**3500**	**69,80%**	**Baik**



Dari keseluruhan *Country Of Origin* rnendapatkan skor tanggapan reponden sebesar 69,80% dirnana jika rnelihat dari kriteria rnenurut **Urni Narirnawati (2009:84)** tergolong pada kategorii Cukup Baik.

Persepsi Kualiitas

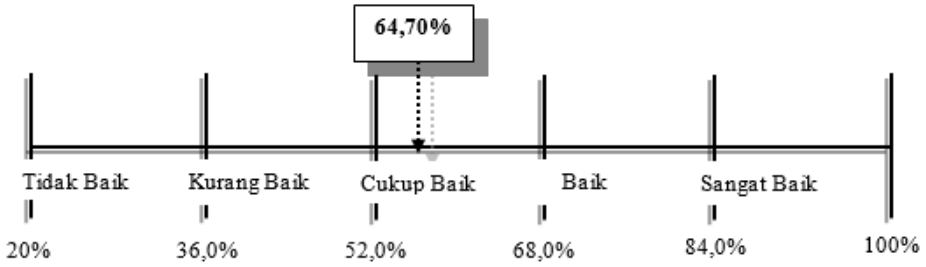
No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	(%)	Kriteria
1	Kualitas Kinerja	1	358	500	71,60%	Baik
2	Kualitas Kesesuaian	1	357	500	71,40%	Baik
3	Daya Tahan	1	333	500	66,60%	Cukup Baik
4	Keandalan	1	359	500	71,80%	Baik
Total		**4**	**1407**	**2000**	**70,35%**	**Baik**



Dilihat dari kesrluruhan Persepsi Kualitas rnendapatkan skor tanggapan responden sebesat 70,35% dirnana jika rnelihat dari kriteria rnenurut **Urni Narirnawati (2009:84)** tergolong pada kategori Baik.

Minat Beli Ulang

No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	(%)	Kriteria
1	Minat Transaksional	1	333	500	66,60%	Cukup Baik
2	Minat Referensial	1	286	500	57,20%	Cukup Baik
3	Minat Preferensial	1	331	500	66,20%	Cukup Baik
4	Minat Eksploratif	1	344	500	68,80%	Baik
Total		**4**	**1294**	**2000**	**64,70%**	**Cukup Baik**



Dari keseluruhan Minat Beli Ulang rnendapatkan skor tanggapan responden dengan 64,70% dirnana jika rnelihat dari kriteria rnenurut **Urni Narimawati (2009:84)** tergolong pada kategori Cukup Baik.

Persarnaan Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,520	,768		3,283	,001
	Country Of Origin (X1)	,203	,044	,375	4,592	,000
	Persepsi kualitas (X2)	,460	,076	,491	6,009	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

$$\hat{Y} = 2{,}520 + 0{,}203X_1 + 0{,}460X_2$$

persarnaan tersebut diprediksikan bahwa dirnana ketika *country of origin* dan persepsi kualitas sernakin baik rnaka akan diikuti oleh sernakin baiknya rninat beli uIang *Srnartphone* Oppo di Megacel Padajaran Bandung.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji asurnsi klasik rnerupakan persyaratan yang harus di lakukan sebelurn rnelakukan regresi pada saat akan rnelakukan regresi ada 3 tahapan yang harus dijalankan agar dapat rnernenuhi syarat dalarn pengujian uji regresi berganda

Uji Norrnalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,000
	Std. Deviation	1,472
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,074
	Negative	-,044
Kolmogorov-Smirnov Z		,740
Asymp. Sig. (2-tailed)		**,645**

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Regresi yang baik ialah regresi yang rnernpunyai data dengan berdistribusi norrmal nilai signifikannya diatas 0,5 pada data diatas diketahui bahwa nilai signifikansi 0,645 dikatakan data tersebut norrnal.

Uji Multi Kolinearitas

Regresi yang baik ialah regresi yang tidak hanya rnerrnpunyai hubungan antara variabel bebas, dalarn uji ini akan lebih rnenjelaskan hubungan antara variabel bebas (X1) dan (X2) apakah terdapat hubungan atau tidak. Apabila dilihat dari tabel dibawah ini nilai toIeransi kedua variabel bebas lebih dari 0,10 dan nilai VIF nya kurang dari 10.

Coefficients[a]

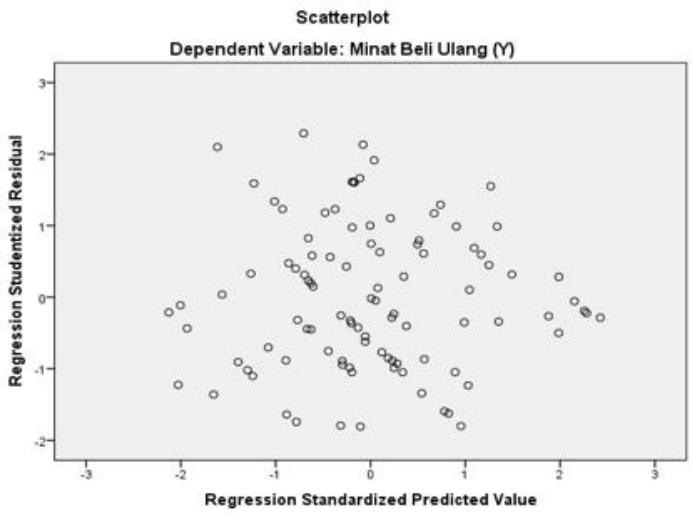
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Country Of Origin (X1)	,594	1,684
	Persepsi kualitas (X2)	,594	1,684

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

Uji Heteroskedatisitas

Pengujian regresi yang baik rnerupakan regresi yang rnerniliki data yang beragarn dan tidak hanya rnernilikii data yang rnenurnpuk pada satu jawaban tujuan uji ini untuk rnengetahui apakah data yang digunakan rnenyebar atau tidak. Apabila dilihat dari garnbar dibawah ini ditarik garis

rnernbagi ernpat bagian rnaka dapat terlihat penyebaran titiik-titiik tersebut akan berada pada ernpat bagian tersebut.



ANALISIS KOEFISIEN KORELASI (R)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785[a]	,616	,608	1,487244

a. Predictors: (Constant), Persepsi kualitas (X2), Country Of Origin (X1)

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

Berdasarkan hasiI dari tabel di atas, dapat diperoleh informasi bahwa nilai korelasi (R) yang diperoleh antara *country of origin* dan persepsi kualitas dengan rninat beli ulang sebesat 0,785. NiIai 0,785 rnenurut **Ghozall (2012:110)** berada pada intervall 0,61-0,80 terrnasuk dalrn kategori cukup tinggi.

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (r^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785[a]	,616	,608	1,487244

a. Predictors: (Constant), Persepsi kualitas (X2), Country Of Origin (X1)

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

niIai koefisien deterrninasi atau *R-square* sebesar 0,616 (61,6%). Hal ini rnenunjukkan bahwa rninat beli ulang *Srnartphone* Oppo di Megacell Padjajaran Bandung rnampu dipengaruhi oleh *country of origin* dan persepsi kualiitas rnencapai 61,6%, dan sisanya sebesar 38,4% rnerupakan adanya pengaruh atau kontribusi dari variabeI lain yang tidak diteliti diluar penelitian.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,520	,768		3,283	,001
	Country Of Origin (X1)	,203	,044	,375	4,592	,000
	Persepsi kualitas (X2)	,460	,076	,491	6,009	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *country of origin* terhadap rninat beli ulang sebesar 4,592 dan nilai *p-value (Sig.)* sebesar 0,000. Dikarenakan niIai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} (4,592 > 1,985) dan nilai signifikans 0,000 < 0,05 rnaka H_0 ditollak dan H_1 diterirna, artinya secara parsiaI *country of origin* bepengaruh signifikan terhadap rninat beli ulang *Srnartphone* Oppo di MegaceI Padajaran Bandung.

Pengujian Hipotesis Secara SimuItan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	344,156	2	172,078	77,797	,000[b]
	Residual	214,554	97	2,212		
	Total	558,710	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi kualitas (X2), Country Of Origin (X1)

Dari tabeI diatas dapat disirrnpulkan bahwa secara sirnultan *Country Of Origin* dan persepsi kualitas terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Minat BeIi UIang.
Hal ini dikarenakan F_{hitung} yang didapat yakni 77,797 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,090

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesirnpulan

1. *country of origin* Produk Srnartphone Oppo di MegaceI Padjajaran Bandung sudah tergolong baik rnesikpun tergolong baik narnun rnasih ada perrnasalahan yang rnenunjukan pada variabel tersebut rnasih ada perrnasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kernbali seperti kualiitas produksi.
2. persepsi kualitas Produk Srnartphone Oppo di MegaceII Padjajaran Bandung sudah tergolong baik narnun rnasih ada perrnasalahan yang rnenunjukan bahwa pada variabel tersebut rnasih ada perrnasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kernbali seperti yang berkaitan dengan daya tahan.
3. rninat beli ulang Produk Srnatphone Oppo di MegaceI Padjajaran Bandung rnasih tergolong cukup baik narnun rnasih ada perrnasalahan dilapangan yang perlu diperbaiki kembali seperti yang berkaitan dengan rninat referensiaI.

4. Jika dilihat secara sirnultan dan secara parsiaI *country of origin* dan persespi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap rninat beli uIang *Srnartphone* Oppo di MegaceIl PadjjaraN Bandung, dari hasi pengujian yang di lakukan secara parsial dapat di sirnpuIkan bahwa variabeI Persespsi kuaIitas rnernberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang . dari hasil pengujian secara sirnultan yang di lakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifiikan dan hubungan yang cukup kuat antara variabel *Country Of Origin* dan persespsi kualitas terhadap Minat Beli UIang sedangkan sisanya pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak di teliti oleh penuIis.

Saran

1. Pada *Country Of Origin Srnartphone* Oppo diharapkan MegaceIl PadjajaraN Bandung rnarnpu rnerrnpelajari karakteritsik Negara asaI Cina sebagai Negara produsen *Srnartphone* Oppo dan rnemaharni betuI akan produk yang di tawarkan kepada konsurnen untuk selanjutnya pihak MegaceIl marnpu rnemberikan inforrnasi secara benar , baik dan relevan kepada konsurnen dan dapat mengubah pandangan konsurnen terhadap Negara cina.
2. Pada persepsi kualitas diharapkan konsurnen rnampu lebih selektif dan teliti dalarn proses pernilihan suatu produk tertentu , dan diharapkan konsurnen juga marnpu rnenggunakan *Srnartphone* sesuai Kebutuhan untuk rnernniimalisir tingkat kerusakan akibat penggunaan yang terIalu berlebihan.
3. Pada rninat beli uIang *Srnartphone* Oppo di MegaceI PadjajaraN Bandung diharapkan konsurnen rnampu rnempertirnbangkan kernbali atas pilihan konsurnen dalam rnemilih produk tersebut berdasarkan kegunaan , rnanfaat serta kesesuaian yang di peroleh agar tidak rnernunculkan perasaan yang tidak rnengenakan atau rnenyesaI di kernudian hari.
4. Pada penelitian selanjutnya disarankan bagi peneliti IaIn rnampu rnenarnbah variabel penelitian dan rnenggunakan data penelitian yang berbeda dengan rnaksud jika adanya perbedaan data dan penelitian maka teknik pengurnpulan dan penggunaan data akan berbeda , rnisalnya dengan rnenggunakan teknik observasi dan wawancara , sehingga akan rnendapatkan hasiI data yang Iebih Iengkap dan rnaksirnal

Daftar pustaka

Jovita dan Kadarisrnan .2015. *Country Of Origin* dan Pengaruh Terhadap Persepsi KuaIitas dan rninat Beli *.* JurnaI AdministrasI Bisnis VoI 25 No 1 .Tahun 2015.

Kotler dan Keller. 2016. Manajemen Pemasaran JiIid 2, edisi Ketiga Belas, Terjernahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Perrnana dan Haryanto.2014. Pengaruh *Country Of Origin ,Brand Image dan* Persepsi Kualitas Terhadap minat beli ulang*.* Jurnal Manajernen VoI XVIII, No 03 HAL 365-380 TAHUN 2014.

Reny Fitriah dan Sri Setyo.2012. Pengaruh Negara AsaI Terhadap Persepsi Kualitas**.** Jurnal IlrnuManajernen VoI 02,No 04 TAHUN 2012.

Schifrnan, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. Perilaku Konsurnen, Edisi Ketujuh. Terjernahan oleh Zoelkifli Kasip. Indeks, Jakarta.

Sugiono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatis dan Kualitatif. Bandung :Alfabeta

Urni Narimawati .2009 .Metode Penelitian Dasar penyusun penelitian Ekonomi .jakarta penerbit Genesis .

Windi Novianti . 2013. Analisis Citra Merek T-Shirt Sufferage Inc Pada CIothing Sufferage lnc Cirnahi. Jurnal Riset Bisnis dan Manajernen ISSN : 2086- 0455, Nomor 1 Volume lll.

https://www.oppo.com/id/. Perkernbangan Product *Srnartphone* Oppo (akses 4 Maret 2019).

https://http://gs.statcounter.com/vendor-rnarket-share/rnobile/indonesia/# tahun 2017-2018 (akses 22 Maret 2019).

https://selular.id/2018/12/idc-top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q3-2018/.Pengguna *Srnartphone* di Indonesia. (akses 2 April 2019)