

ABSTRAK

Najib Sulaeman (1178020171): PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI XIAOMI *SMARTPHONE* DENGAN *COUNTRY OF ORIGIN* SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Mahasiswa Strata Satu Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara Citra Merek terhadap Minat Beli, pengaruh antara Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli, pengaruh *Country of Origin* terhadap Minat Beli, pengaruh *Country of Origin* memoderasi Citra Merek terhadap Minat Beli, serta pengaruh *Country of Origin* memoderasi Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli. Metode penelitian yang digunakan kali ini adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan jenis *non probability sampling* serta *Judgement Sampling*, kemudian menggunakan rumus *Propotional Stratified Sampling* sehingga sample berjumlah 90. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, data primer ini diperoleh dari survey langsung kepada Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen FEBI UIN SGD Bandung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap Minat Beli karena hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.094 > 1.666$) dengan signifikansi 0.000, terdapat pengaruh dan juga signifikan antara Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli karena hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9.366 > 1.666$) dengan nilai signifikansi 0.000, terdapat pengaruh antara *Country of Origin* terhadap Minat Beli karena hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.298 > 1.666$) dengan nilai signifikansi 0.000, (2) secara moderasi tidak terdapat pengaruh secara signifikan interaksi *Country of Origin* memoderasi pengaruh Citra Merek ke Minat Beli karena hasil dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.769 < 1.666$) dengan nilai signifikansi $0.444 > 0.05$ serta tidak memoderasi pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli karena hasil dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.161 < 1.666$) dengan nilai signifikansi $0.872 > 0.05$.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Kualitas, Minat Beli, *Country of Origin*