

**PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP
PERCEIVED QUALITY DENGAN MODERASI
ETNOSENTRIS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN KOSMETIK ETUDE HOUSE DI KOTA GRESIK
DAN SURABAYA)**

Nama Mahasiswa : Amalia Nur Baiti

NIM : 1011510203

Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.S.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Country Of Origin Terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentrism Konsumen Pada Konsumen Kosmetik Etude House Di Kota Gresik Dan Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 134 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuisioner secara *online* yang menggunakan skala likert 1-5 untuk mengukur 32 indikator. Teknik Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi (*Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan bantuan dari program IBM SPSS Statistics 25 sebagai olah statistik data.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa variabel *Country Of Origin* menunjukkan adanya pengaruh terhadap *Perceived Quality*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik t test variabel *Country Of Origin* sebesar 5,172 ($> t$ tabel 1,987). Sehingga hipotesis $H_{1,1}$ diterima. Sedangkan pada variabel Etnosentrism Konsumen sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat hubungan *Country Of Origin* terhadap *Perceived Quality*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji residual variabel Etnosentrism Konsumen sebesar 0,096 dan bernilai positif. Sehingga hipotesis $H_{0,2}$ diterima. Selanjutnya hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen (*Country Of Origin*) berpengaruh sebesar 2,13% terhadap variabel dependen (*Perceived Quality*). Maka sisanya sebesar 7,87% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Country Of Origin*, *Perceived Quality*, Etnosentrism Konsumen



-Halaman ini sengaja dikosongkan-

**EFFECT OF COUNTRY OF ORIGIN ON PERCEIVED QUALITY
USING CONSUMER ETNOSENTRISM MODERATION IN
ETUDE HOUSE COSMETIC CONSUMERS IN GRESIK AND
SURABAYA**

By : Amalia Nur Baiti

NIM : 1011510203

Supervisor : Aditya Narendra Wardhana, S.T.,M.SM

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect Effect Of Country Of Origin On Perceived Quality Using Consumer Etnosentrism Moderation In Etude House Cosmetic Consumers In Gresik And Surabaya. This research is a quantitative research. The sample size was taken 134 respondents. The sampling technique uses purposive sampling. The data was collected by distributing e-questionnaires using the Likert 1-5 scale to measure 32 indicators. The data regression analysis (Moderated Regression Analysis (MRA) using assistance from the IBM SPSS Statistics 25 program as a statistical data processing.

The results of this study found that the Country Of Origin variables showed a influence on Perceived Quality. This is evidenced by the results of the statistical test t test Country Of Origin amounting to 5,172 ($> t$ table 1.987). So the $H_{1,1}$ hypotheses accepted. Whereas the Consumer Etnosentrism variable as a moderating variable cannot strengthen the Country Of Origin relationship to Perceived Quality. This is evidenced by the results of the residual test of Consumer Ethnocentric variables of 0.096 and are positive. So that the hypothesis $H_{0,2}$ accepted. Furthermore, the results of the coefficient of determination indicate the Country Of Origin variables have an effect of 2,13% on the dependent variable (Perceived Quality). Then the remaining 7.87% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Country Of Origin, Perceived Quality and Consumer Etnosentrism*



