

ABSTRAKSI

Dalam membeli produk tertentu konsumen sering mempertimbangkan merek dan label dari negara asal pembuatnya (*Country of Origin*). Sikap yang diambil konsumen tersebut didasari keyakinan bahwa asal negara pembuat produk merupakan jaminan dari kualitas, harga, ataupun model.

Segala pertimbangan mengenai *Country of Origin* dilakukan konsumen dalam memutuskan pembelian sepeda motor. Terdapat 3 aspek yang mendasari pemikiran mengenai *Country of Origin (COO)* yaitu *General Country Attitude (GCA)* (sikap atas negara secara keseluruhan), *General Product Attitude (GPA)* (sikap atas produk secara keseluruhan), dan *Specific Product Attitude (SPA)* (sikap atas produk secara khusus). Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan tersebut, maka menarik untuk mengangkat suatu permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut :

”Apakah terdapat hubungan dari variabel *country of origin* yang terdiri dari *General Country Attitude (GCA)* (sikap atas negara secara keseluruhan), *General Product Attitude (GPA)* (sikap atas produk secara keseluruhan), dan *Specific Product Attitude (SPA)* (sikap atas produk secara khusus) dengan keputusan pembelian konsumen khususnya pada sepeda motor buatan Cina dan Jepang di Surabaya?”

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik sepeda motor buatan Cina dan Jepang dengan jumlah sampel sebesar 200 responden dan dianalisis dengan menggunakan alat statistik *crossstab* (Tabulasi silang). Hasil penelitian menunjukkan:

1. Berdasarkan nilai *Chi square* diketahui bahwa variabel *country of origin* yang terdiri dari *General Country Attitude (GCA)* (sikap atas negara secara keseluruhan), *General Product Attitude (GPA)* (sikap atas produk secara keseluruhan), dan *Specific Product Attitude (SPA)* (sikap atas produk secara khusus) mempunyai hubungan signifikan dengan keputusan pembelian konsumen khususnya pada sepeda motor buatan Cina dan Jepang di Surabaya.
2. Hipotesis penelitian yang menyatakan, ”Terdapat hubungan dari variabel *country of origin* yang terdiri dari *General Country Attitude (GCA)* (sikap atas negara secara keseluruhan), *General Product Attitude (GPA)* (sikap atas produk secara keseluruhan), dan *Specific Product Attitude (SPA)* (sikap atas produk secara khusus) dengan keputusan pembelian konsumen khususnya pada sepeda motor buatan Cina dan Jepang di Surabaya.”, diterima.
3. Berdasarkan penilaian rata-rata pemilik sepeda motor Jepang dan pemilik sepeda motor Cina menunjukkan bahwa *COO* negara Jepang lebih tinggi daripada negara Cina. Berarti bahwa pemilik sepeda motor Jepang dalam memutuskan pembelian sepeda motor Jepang mempertimbangkan *COO*, sementara *COO* negara Cina kurang dipertimbangkan dalam pembelian sepeda motor buatan Cina oleh pemilik sepeda motor Cina.

Kata kunci : Country of Origin : General Country Attitude, General Product Attitude, Specific Product Attitude.