

ABSTRAK

Penjualan industri mobil di Indonesia dapat dikatakan berkembang pesat pada kurun waktu terakhir. Merek mobil yang dijadikan objek dalam penelitian ini yakni Wuling yang merupakan sebuah merek kendaraan asal Liuzhou, Guangxi, Tiongkok. Merek ini dijalankan oleh perusahaan Liuzhou Wuling Automobile Industry, Co., Ltd., yang merupakan sebuah perusahaan patungan oleh Wuling Group dan Dragon Hill Holdings Limited. Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang yang menghasilkan pra penelitian berupa rendahnya keputusan pembelian yakni terdapat indikasi permasalahan mengenai keputusan pembelian konsumen Wuling di Kota Semarang dalam indikator "Kebutuhan saya terhadap mobil Wuling tinggi", "Saya merasa jumlah produk yang dikeluarkan mobil Wuling bervariasi dan memiliki banyak tipe", dan "Saya akan membeli produk mobil Wuling lagi di kemudian hari" yang mayoritas menyatakan "tidak".

Penelitian ini menggunakan konsumen Wuling di Kota Semarang sebagai populasi penelitian, kemudian pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dan memiliki beberapa kriteria. Sampel pada penelitian ini berjumlah 150 responden dengan kriteria pernah mengambil keputusan untuk membeli mobil Wuling minimal 1 jenis mobil serta berdomisili di Kota Semarang. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *structural equation model* (SEM) serta diolah dengan software AMOS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan citra negara asal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, serta negara asal berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek.

Kata Kunci: Citra Negara Asal, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Wuling, Kota Semarang