

## ABSTRAK

Nama : Mulia Sari

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengaruh citra negara asal, pengetahuan produk dan keterlibatan produk terhadap keputusan pembelian mie instan merek Nongshin

Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh citra negara asal, pengetahuan produk dan keterlibatan terhadap keputusan pembelian mie instan Pembelian. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada 105 responden yang dipilih menggunakan rumus Hair et al., (2019). Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan bantuan SPSS . Hasil penelitian yaitu citra negara asal dan pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan merek Nongshin, dan keterlibatan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tidak berpengaruh terhadap keputusan. Adapun yang menjadi saran penelitian ini yaitu jika pihak perusahaan yang berkontribusi di bidang industri makanan khususnya mie instan merek Nongshin untuk dapat terus menginovasi Produk tersebut menjadi produk yang terbaik sesuai dengan kebutuhan konsumen.

**Kata Kunci** : citra negara asal, pengetahuan produk, keterlibatan produk, Keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*Name : Mulia Sari*

*Study Program : Management*

*Title : The influence of country of origin image, product knowledge and product involvement on purchasing decisions for Nongshin brand instant noodles.*

*The study aims to examine the effect of country of origin image, product knowledge and involvement on purchasing decisions for instant noodles Purchase. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to 105 respondents selected using the Hair et al. formula (2019). The data analysis method used is multiple linear regression method with the help of SPSS. The results of the study are that the image of the country of origin and product knowledge have no effect on purchasing decisions for Nongshin brand instant noodles, and product involvement has a positive and significant effect on decisions. The suggestion of this study is that if the company that contributes to the food industry, especially the Nongshin brand instant noodles, to be able to continue to innovate the product into the best product according to consumer needs.*

*Keywords : country of origin image, product knowledge, product involvement, purchasing decisions.*