

**PENGARUH ETNOSENTRISME KONSUMEN,
RELIGIOSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ASING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DIWILAYAH
JABODETABEK DAN BANDUNG)**

SKRIPSI



**OLEH :
IMAS NURHAYATI
NIM : 112010209**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH ETNOSENTRISME KONSUMEN,
RELIGIOSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ASING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DIWILAYAH
JABODETABEK DAN BANDUNG)**

Diajukan kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
IMAS NURHAYATI
NIM :112010209

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Imas Nurhayati

NIM : 112010209

Judul Skripsi : Pengaruh Etnosentrisme Konsumen, Religiositas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Asing (Studi Kasus Pada Konsumen di Wilayah Jabodetabek dan Bandung).

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian tugas akhir/skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.

NIDN. 0406068402

SKRIPSI

**PENGARUH ETNOSENTRISME KONSUMEN, RELIGIOSITAS DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ASING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI WILAYAH
JABODETABEK DAN BANDUNG)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Imas Nurhayati

112010209

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Edy Saptono, S.H., M.B.A.
NIDN: 0412118305

Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Wachid Hasyim, S.E., M.M.
NIDN: 0411118901

Tanda Tangan



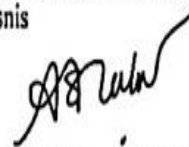
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imas Nurhayati

NIM : 112010209

Program Studi : Manajemen


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 6 Agustus 2024



Imas Nurhayati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barangsiapa yang menempuh suatu jalan dalam rangka menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga, : (HR. Muslim no.7028))

“Tak ada kata terlambat tuk memulai.”

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu” (QS. Al-Baqarah:45)

Karya ini kupersembahkan untuk :

Orang –orang yang menyayangi penulis tanpa syarat, memahami impian yang tersembunyi, menggenggam dan menopang disaat lelah. Tak ada sehelai daun jatuh tanpa sebab, perjalanan dan kisah yang tertoreh menjadi skenario yang terindah. Tak ada kata usang untuk menuntut ilmu, langkah tak kan mungkin berlari tanpa untaian doa dan restu .

Terimakasih berkat doa dan dukungan kalian, mimpi yang tertunda telah kuraih,
Teruntuk :

Suami : Didin Kusmayadi

Anak-anak : Aa M.Fikri A, Tete Najwa Aina N dan Farhan Ghazi A

Orang tua : Mamah Ely S dan Bapak Hj Yaya S

Emak Nunung M dan Apa Atub

Kakak & adik : Tanty Suharyati,A.Md, Erna Rosita, S.E, Intan Fuji Lestari, S.Pd.

Dosen pembimbing : Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.

Tim dosen penguji : Edy Saptono, S.H., M.B.A.

Wachid Hasyim, S.E., M.M.

Serta Bapak/Ibu Dosen pengajar di FEBIS UPB.

Kata Pengantar

Alhamdulillah, puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Etnosentrisme Konsumen, Religiositas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Asing“ (Studi Kasus Konsumen di Wilayah Jabodetabek dan Bandung). Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa.

Skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS, SE.,M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan dengan sabar dan meluangkan waktu serta motivasi selama dalam proses penelitian sehingga dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
2. Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS,SE.,M.Sc dan Wachid Hasyim, S.E., M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah merekomendasikan dan memfasilitasi penulis.
3. Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan serta dukungan moril maupun materil.
4. Dr. Hamzah Muhammad Mardiputera., SKM., MM sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Tim Penguji Edy Saptono.,S.H.,M.B.A dan Wachid Hasyim.,S.E.,M.M terima kasih telah berkenan memberikan gagasan, masukan untuk penyempurnaan skripsi penulis.
6. Dadang Kusuma SIP.,MM kepala DPA kelas MA.20.C.04 dan Bapak/Ibu Dosen FEBIS UPB, khususnya prodi manajemen yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan memberikan ilmu pengetahuan.

7. Ayahanda, ibunda dan ketiga saudara tercinta yang senantiasa dengan tulus memberikan limpahan kasih sayang, semangat, kepercayaan, dan do'a yang mampu menjadikan peneliti pantang menyerah.
8. Anak-anak penulis, M Fikri Arrabbani, Najwa Aina N, M Farhan Ghazi A dan suami tercinta, Didin Kusmayadi yang selalu memberikan restu, doa, mencurahkan waktu, perhatian, kasih sayang, menguatkan. menemani sampai akhirnya dapat menyelesaikan perkuliahan, mewujudkan impian dan cita-cita menjadi seorang sarjana dengan disertai ridha Allah SWT.
9. Teruntuk sahabat, Iklima Nofitasari, Agustina, Saripudin, Anggi, Mayang, Andini, Hasanah, Imron, dan Kirun terimakasih atas kasih sayang, perhatian, keseruan, kekompakan selama perkuliahan, menjadi menyenangkan, penuh keriang, mudah dijalani dan jadi kenangan indah. Tidak lupa juga terimakasih untuk teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, di jurusan Manajemen FEBIS UPB angkatan tahun 2020.
10. Seluruh staff administrasi, perpustakaan dan seluruh karyawan FEBIS Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Kakak, adik, kerabat, tetangga, rekan, teman putih abu, putih biru, warga masyarakat di Wilayah Jabodetabek dan Bandung, yang bersedia membantu penelitian dengan menjadi responden kuesioner.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi yang membacanya. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran serta bimbingannya.

Bekasi, 6 Agustus 2024

Penulis

Imas Nurhayati

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAC | xv |
| ABSTRAK | xvi |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 21 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 22 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 22 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 22 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 24 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 24 |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian | 25 |
| 2.1.2 Etnosentrisme Konsumen | 35 |
| 2.1.3 Religiositas | 41 |
| 2.1.4 Pengetahuan Produk | 50 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan | 56 |
| 2.3 Hipotesis | 61 |
| 2.4 Model penelitian | 70 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 71 |
| 3.1 Jenis dan Desain Penelitian | 71 |
| 3.2 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 73 |
| 3.3 Populasi dan metode pengambilan Sampel | 77 |
| 3.4 Jenis sumber dan metode pengumpulan Data..... | 80 |
| 3.4.1 Jenis dan sumber data | 80 |
| 3.4.2 Metode Pengumpulan data... .. | 82 |
| 3.5 Metode Analisis | 82 |
| 3.5.1 Uji deskriptif data | 83 |
| 3.5.2 Uji Kualitas Data | 84 |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik | 86 |
| 3.5.4 Uji Kelayakan Model..... | 88 |
| 3.5.5 Uji Hipotesis | 89 |

| | |
|--|------------|
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 92 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 93 |
| 4.1.1 Deskriptif data..... | 93 |
| 4.1.2 Analisis Data Penelitian | 98 |
| 4.1.2.1 Uji Kualitas Data..... | 98 |
| 4.1.2.2 Uji Asumsi Klasik..... | 101 |
| 4.1.2.3 Uji Kelayakan Model | 105 |
| 4.1.2.4 Uji Hipotesis | 107 |
| 4.2 Pembahasan | 109 |
| 4.2.1 Pengaruh Etnosentrisme Konsumen..... | 109 |
| 4.2.2 Pengaruh Religiositas | 110 |
| 4.2.3 Pengaruh Pengetahuan Produk | 111 |
| 4.2.4 Pengaruh Etnosentrisme, Religiusitas dan Pengetahuan Produk Secara Bersama-sama | 112 |
| BAB V. PENUTUP..... | 114 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 114 |
| 5.2 Saran | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA | 116 |
| LAMPIRAN..... | 127 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel | 74 |
| Tabel 3.2 Skala Linkert | 84 |
| Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin | 93 |
| Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia..... | 94 |
| Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan wilayah | 95 |
| Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan | 96 |
| Tabel 4.5 Tabel <i>Descriptive Statistics</i> | 97 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Etnosentrsime Konsumen..... | 99 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Religiositas | 99 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Pengetahuan Produk | 100 |
| Tabel 4.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian | 100 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas | 101 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolgomorov-Smirnov Test</i> | 101 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 104 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi | 104 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2) | 105 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F ⁾ | 106 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 107 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji T..... | 109 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1 Survei Konsumen Desember 2023 : Optimisme Konsumen Meningkat..... | 2 |
| Gambar 1.2 Survei Konsumen April 2024 : Optimisme Konsumen Meningkat..... | 2 |
| Gambar 1.3 Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Bulanan Masyarakat Indonesia (2017-2021)..... | 3 |
| Gambar 1.4 Pertumbuhan Tahunan Konsumsi Rumah Tangga menurut Sub-Komponen (Kuartal I 2022) | 4 |
| Gambar 1.5 Jasa Makanan Tertinggi RI berdasarkan Nilai Penjualan (Juta USD)..... | 7 |
| Gambar 1.6 Faktor yang Mendorong Responden Ikut Aksi/Mendukung Boikot Produk Pro Israel (November 2023)..... | 9 |
| Gambar 1.7 Pergerakan Harga Saham Starbucks di Bursa Nasdaq AS (3 Januari – Desember 2023) | 14 |
| Gambar 1.8 Jumlah Unggahan Video TikTok dengan Tagar Boikot Merek (20Agustus-8 Desember 2023) | 14 |
| Gambar 1.9 Boikot sangat merugikan Starbucks, baik secara finansial maupun kerugian merek dalam jangka panjang..... | 16 |
| Gambar 1.10 CEO Starbucks Howard Schultz memperingatkan “Perusahaan telah mencapai titik kritis penurunan di tengah boikot,” dan kerugian pasar sebesar \$13 miliar | 17 |
| Gambar 1.11 Konsumsi Masyarakat di 10 Kota Terbesar (2021)..... | 18 |
| Gambar 1.12 Jakarta dan Bandung diprediksi menjadi megacities yang bisa kalahkan Tokyo | 19 |
| Gambar 2.1 Model Penelitian..... | 71 |
| Gambar 3.1 Desain Penelitian | 74 |
| Gambar 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 94 |
| Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 95 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.3 Diagram Persentasi wilayah responden | 96 |
| Gambar 4.4 Diagram karakteristik responden berdasarkan peekerjaan | 97 |
| Gambar 4.5 Grafik P-Plot (Hasil Uji Normalitas)..... | 102 |
| Gambar 4.6 Histogram Uji Normalitas..... | 102 |
| Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedasititas | 103 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 129 |
| Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas dan deskriptif | 135 |
| Lampiran 3. Hasil Uji Normalitas | 136 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Autokorelasi | 137 |
| Lampiran 5. Hasil Uji R Square , Uji T dan Uji F | 138 |
| Lampiran 6. Hasil Derkriptif Karakteristik Responden | 139 |
| Lampiran 7. Maping Penelitian Terdahulu yang relevan..... | 140 |
| Lampiran 8 Riwayat hidup | 147 |
| Lampiran 9 Jawaban Responden | 148 |

***The Influence of Consumer Ethnocentrism, Religiosity and Product Knowledge on Foreign Product Purchase Decisions
(Case Study on Consumers in Jabodetabek and Bandung Areas)***

Imas Nurhayati¹⁾

Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc.²⁾

Abstrac

In the context of increasingly growing globalization, consumer behavior is changing rapidly and unpredictably. This poses a challenge for marketers to understand and direct consumer preferences, especially in terms of purchasing foreign products. This study will reveal the influence of factors such as consumer ethnocentrism, religiosity, and product knowledge on foreign product purchasing decisions. Analyzing the Influence of Consumer Ethnocentrism: How nationalism and preferences for local products affect foreign product purchasing decisions. Analyzing the Influence of Religiosity, assessing how consumers' religious values influence their choices of foreign products. And Revealing how far consumer knowledge about products influences their purchasing decisions. This study will use a quantitative method through a survey of consumers in the Jabodetabek and Bandung areas, with a non-probability sampling method with a purposive technique. Data analysis will be carried out using multiple linear regression with the help of SPSS 26. Partially, consumer ethnocentrism has a significant negative effect on purchasing decisions, religiosity has no significant effect on purchasing decisions and product knowledge has a significant positive effect on purchasing decisions. However, simultaneously, the three independent variables including religiosity have a significant positive effect on purchasing decisions for foreign products for consumers in the Jabodetabek and Bandung areas.

Keywords: Consumer Ethnocentrism, Religiosity and Product Knowledge

**PENGARUH ETNOSENTRISME KONSUMEN RELIGIOSITAS DAN
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ASING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI WILAYAH
JABODETABEK DAN BANDUNG)**

Imas Nurhayati¹⁾
Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc²⁾

ABSTRAK

Dalam konteks globalisasi yang semakin berkembang, perilaku konsumen mengalami perubahan yang cepat dan tidak dapat diprediksi. Ini menimbulkan tantangan bagi pemasar untuk memahami dan mengarahkan preferensi konsumen, terutama dalam hal pembelian produk asing. Penelitian ini akan mengungkap pengaruh faktor-faktor seperti etnosentrisme konsumen, religiositas, dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk asing. Menganalisis pengaruh etnosentrisme konsumen, bagaimana sikap nasionalisme dan preferensi terhadap produk lokal mempengaruhi keputusan pembelian produk asing. Menganalisis Pengaruh Religiositas, menilai bagaimana nilai-nilai keagamaan konsumen mempengaruhi pilihan mereka terhadap produk asing. Mengungkap seberapa jauh pengetahuan konsumen tentang produk mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif melalui survei kepada konsumen di wilayah Jabodetabek dan Bandung, dengan metode sampling *non probability* sampling dengan teknik *purposive*. Analisis data akan dilakukan dengan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26. Secara parsial etnosentrisme konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian, religiositas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun secara simultan ketiga variabel independent termasuk religiositas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk asing bagi konsumen di wilayah Jabodetabek dan Bandung.

Kata Kunci : Etnosentrisme Konsumen, Religiositas dan Pengetahuan Produk .