

PENGARUH *CONSUMER ANIMOSITY* DAN *CONSUMER ETHNOCENTRISM* TERHADAP *WILLINGNESS TO BUY* YANG DIMEDIASI OLEH *PRODUCT JUDGEMENT*: STUDI PADA PRODUK BATIK BUATAN TIONGKOK

MELY AMBARWATI

8215145704



Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***INFLUENCE OF CONSUMER ANIMOSITY AND CONSUMER
ETHNOCENTRISM ON WILLINGNESS TO BUY WITH THE
MEDIATING ROLE OF PRODUCTS JUDGEMENTS: STUDY
ON BATIK PRODUCTS MADE BY TIONGKOK***

MELY AMBARWATI

8215145704



***Thesis is Written as One of the Requirements for Getting Bachelor Degree of
Economics on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

ABSTRAK

Mely Ambarwati, 2019; Pengaruh *Consumer Animosity* dan *Consumer Ethnocentrism* terhadap *Willingness to Buy* yang Dimediasi oleh *Product Judgement* (Studi pada Produk Batik Buatan Tiongkok). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si dan Usep Suhud, M.Si, Ph. D.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: apakah *consumer animosity* berpengaruh terhadap *product judgement*, apakah *consumer ethnocentrism* berpengaruh terhadap *product judgement*, apakah *consumer animosity* berpengaruh terhadap *willingness to buy*, apakah *consumer animosity* berpengaruh terhadap *willingness to buy*, apakah *product judgement* berpengaruh terhadap *willingness to buy*, apakah *consumer animosity* berpengaruh terhadap *willingness to buy* melalui *product judgement*, apakah *consumer ethnocentrism* berpengaruh terhadap *willingness to buy* melalui *product judgement*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrumen berupa kuesioner. Subjek penelitian adalah 200 responden menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Penelitian ini menemukan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari *consumer animosity* terhadap *product judgement*, *consumer animosity* terhadap *willingness to buy*, *consumer ethnocentrism* terhadap *willingness to buy*, *product judgement* terhadap *willingness to buy*, *consumer animosity* terhadap *willingness to buy* melalui *product judgement*, *consumer ethnocentrism* terhadap *willingness to buy* melalui *product judgement*. Ada pengaruh yang tidak signifikan dari *consumer ethnocentrism* terhadap *product judgement*.

Kata kunci: *consumer animosity*, *consumer ethnocentrism*, *product judgement*, *willingness to buy*.

ABSTRACT

Mely Ambarwati, 2019; *Influence Of Consumer Animosity And Consumer Ethnocentrism On Willingness To Buy With The Mediating Role Of Product Judgements: Study on Batik Products Made By Tiongkok*. Thesis, Jakarta: Bachelor's degree Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory: Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si and Usep Suhud, M.Si, Ph. D.

This study aims to examine whether consumer animosity has an effect on product judgement, whether consumer ethnocentrism has an effect on product judgement, whether consumer animosity has an effect on willingness to buy, whether consumer ethnocentrism has an effect on willingness to buy, whether product judgement has an effect on willingness to buy, whether consumer animosity affects willingness to buy through product judgements, whether consumer ethnocentrism affects willingness to buy through product judgement. Methods of collecting data using survey methods with instruments in the form of questionnaires. The research subjects were 200 respondents using purposive sampling. Data were analyzed using Stuctural Equation Modeling (SEM). This study found that there was a significant influence from consumer animosity on product judgement, consumer animosity on willingness to buy, consumer ethnocentrismon willingness to buy, product judgement on willingness to buy, consumer animosity on willingness to buy through product judgement, consumer ethnocentrism on willingness to buy through product judgement. There is non-significant effect of consumer ethnocentrismon product judgement.

Keywords: *consumer animosity, consumer ethnocentrism, product judgement, willingness to buy.*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 198509242014041 002	Ketua		12 Agustus 2019
2. <u>Ika Febrilia, SE, MM</u> NIP. 198702092015042 001	Sekretaris		12 Agustus 2019
3. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032 001	Penguji Ahli		13 Agustus 2019
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 197206171999031 001	Pembimbing I		13 Agustus 2019
5. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph. D</u> NIP. 197002122008121 001	Pembimbing II		16/8/19

Tanggal Lulus: 8 Agustus 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan



Mely Ambarwati

No. Reg: 8215145704

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Karunianya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Consumer Animosity* dan *Consumer Ethnocentrism* terhadap *Willingness to Buy* yang Dimediasi oleh *Product Judgement*: Studi pada Produk Batik Buatan Tiongkok”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengungkapkan terima kasih kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I, yang telah membimbing, dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing, dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana, ES, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Suherman, M. Si selaku Korprodi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta.
5. Para dosen penguji, yaitu Andrian Haro, S. Si, MM., selaku Ketua Sidang, Ika Febrilia, SE, MM., selaku Sekretaris dan Dra. Basrah Saidani, M. Si.,

selaku Penguji Ahli yang telah memberi masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Para dosen beserta staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan selama masa perkuliahan.
7. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua peneliti yang telah memberi dukungan baik moril maupun materiil, serta doa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Serta pihak-pihak terdekat peneliti Nur Amelia, Nazifah Salsabila, Adinda Ailsa, Miranti Nilam, Ahmad Wafiq, Imania Herlanty, Gesha Agya, Dimas Putra Purama, Oki Rinaldi, Puspita Sari, Ezhavita yang tak henti mendoakan, mendukung, membantu dan memotivasi peneliti.
9. Teman-teman kelas Manajemen A 2014 yang telah melewati masa perkuliahan bersama selama ini.
10. Disituproject, Bapak Shandy Aditya, BIB. MPBS, Anang Sriyanto, Aldira diko, Nur Amelia, Nur Sania, Zulvie Kharisma, Giri Baskoro, Abid Azizi, Farel dan Danial yang telah memberi dukungan dan pengalaman kerja yang menyenangkan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis membutuhkan saran dan kritik yang membangun.

Jakarta, Agustus 2019

Peneliti