

**PENGARUH *CONSUMER ETHNOCENTRISM, CONSPICUOUS CONSUMPTION*, DAN *PRODUCT JUDGMENT* TERHADAP *WILLINGNESS TO BUY* PAKAIAN DOMESTIK DI GRESIK**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh :

**SHOLIHUL ABSHOR**  
**NPM : 08.311.051**

**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**  
**Juni 2 0 1 2**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CONSUMER ETHNOCENTRISM, CONSPICUOUS CONSUMPTION*, DAN *PRODUCT JUDGMENT* TERHADAP *WILLINGNESS TO BUY* PAKAIAN DOMESTIK DI GRESIK**

**Oleh:**

**SHOLIHUL ABSHOR  
NPM: 08.311.051**

Telah Dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal: 02 Juli 2012

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Tri Aripriabowo, S.E.,M.Si.  
NIP: 03 119 604 030

Roziana Ainul H., S.E., M.Si.  
NIP: 03 107 061 41

Penguji

Rahmat Agus Santoso, SE.,M.M  
NIP : 03 107 061 41

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen

Tri Aripriabowo, S.E.,M.Si.  
NIP : 03 119 604 030

Sukaris, SE, M.SM  
NIP : 03 110 506 119

....." Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap " (Q.S. Al-Inspiraah: 5-8).

*Supersembahkan karya ini kepada :*

*Abi - Umi tercinta,  
tanda bakti dan samudra cinta yang tak pernah kering  
Istriku dan Kakakku tersayang,  
jalanan persaudaraan yang semoga bisa kekal selamanya  
Keluargaku kelak,  
yang akan mengiringi dan mewarnai samudra kehidupanku  
Guru-guruku,  
pahlawan tanpa tanda jasa yang telah mendidik dan bersedia  
membagikan ilmunya untukku.*

***Almamater serta dienku yang indah***

**PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Consumer Ethnocentrism*, *Conspicuous Consumption*, Dan *Product Judgment* Terhadap *Willingness To Buy* Pakaian Domestik Di Gresik

dan diajukan untuk diuji pada tanggal 13 Agustus 2012 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 13 Agustus 2012  
Yang membuat pernyataan

**Sholihul Abshor**

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum wr.wb*

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *Consumer Ethnocentrism, Conspicuous Consumption, Dan Product Judgment Terhadap Willingness To Buy Pakaian Domestik Di Gresik*"**.

Tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar sarjana (S1) pada fakultas ekonomi program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis perlu dukungan dari pihak – pihak yang terkait untuk kesempurnaan penulisan ini. penulis juga menyadari dalam penyusunan Skripsi ini banyak kekurangan dan kesalahan, mengingat kemampuan dan pengalaman yang terbatas, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan sekali dari pembaca.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak – pihak yang terkait yang memberikan semangat dan dorongan lebih kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. penulis mengucapkan terimah kasih sebanyak – banyaknya kepada :

1. Drs. Sarwo Edy, M.pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Tri Aripabowo, SE,.MSi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Sukaris SE,.M.SM. Selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Tri Aripabowo, SE,.M.Si. Selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.

5. Roziana Ainul H., SE., M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
6. Keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat dan dorongan serta memberikan doa dalam penyusunan penulisan ini terutama Ayah, Ibu, kakak-kakakku dan keponakanku.
7. Teman-teman yang selalu membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini adalah : Abi, Andika, Fery, Jemblus, Ratniawati, Rohim, Supri, Wheli, serta semua teman-teman manajemen angkatan 2008. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk membantu penulisan ini.
8. Semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tak langsung yang tidak dapat disebutkan satu – persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membantu senantiasa peneliti harapkan akhir kata semoga Skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua. Amin.

*Wassalamualaikum wr.wb*

Gresik 13 Agustus 2012

Peneliti

## DARTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN .....	8
2.1 Penelitian Sebelumnya .....	8
2.1.1 Penelitian Terence A. Shimp dan Subhash Sharma.....	8
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 <i>Consumer Ethnocentrism</i> .....	9
2.2.2 <i>Conspicuous Consumption</i> .....	10
2.2.3 <i>Product Judgment</i> .....	13
2.2.4 <i>Willingness to buy</i> .....	14
2.2.5 Hubungan <i>consumer ethnocentrism</i> dan <i>willingness to buy</i> .....	14
2.2.6 Hubungan <i>conspicuous consumption</i> dan <i>willingness to buy</i> .....	15
2.2.7 Hubungan <i>product judgment</i> dan <i>willingness to buy</i> .....	17
2.3 Hipotesis.....	17
2.4 Kerangka Konseptual .....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Pendekatan Penelitian .....	20
3.2 Lokasi Penelitian .....	20
3.3 Populasi dan Sampel .....	20
3.4 Identifikasi Variabel dan Defenisi Operasional Variabel.....	21
3.4.1 Identifikasi Variabel.....	21
3.4.2 Defenisi Operasional Variabel .....	21
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.6 Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1 Regresi Berganda .....	25
3.6.2 Uji Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	32
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	32
4.1.1 Sejarah Pakaian Domestik .....	32
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	36
4.2.1 Identifikasi Responden .....	36
4.2.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	38

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
4.3.1 Uji Validitas.....	44
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.4 Pengujian Asumsi Klasik dan Analisis Model .....	46
4.4.1 Analisis Pengujian Asumsi Klasik .....	46
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.5 Uji Hipotesis.....	49
4.5.1 Uji t (parsial).....	49
4.5.2 uji f (simultan) .....	52
4.6 Interpretasi Hasil .....	53
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>55</b>
5.1 Simpulan.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>iv</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bersih Tiap Bulan .....	39
Tabel 4.4 Kriteria Pendapat.....	40
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1 .....	41
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2 .....	42
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X3 .....	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y .....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	19
Gambar 3.1 Daerah Kritis Kurva Distribusi t .....	31
Gambar 3.1 Daerah Kritis Kurva Distribusi F .....	32
Gambar 4.1 Uji Autokorelasi .....	47
Gambar 4.2 Scatterplot.....	49
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji t(X1).....	51
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji t(X2).....	52
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji t(X3).....	52
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ Uji F .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji SPSS
- Lampiran 4 Tabel  $r$  Product Moment
- Lampiran 5 Tabel Durbin Watson
- Lampiran 6 Tabel Distribusi  $t$
- Lampiran 7 Tabel Pengujian Nilai  $F$

Sholihul Abshor, 08311051, *Consumer Ethnocentrism, Conspicuous Consumption, Dan Product Judgment Terhadap Willingness To Buy Pakaian Domestik Di Gresik*, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus, 2012.

### Abstraksi

Konsumen sangat berperan penting dalam menentukan jenis produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk lebih mengerti konsumen. Ini bukan tugas yang mudah mengingat perubahan-perubahan yang terjadi setiap saat, ditambah lingkungan persaingan global yang semakin ketat dengan masuknya produk-produk baru ke pasaran. Globalisasi pasar menawarkan tantangan dan peluang yang penting untuk di pertimbangkan oleh pemasar domestik maupun internasional. Berbagai kebijakan negara semakin longgar telah menyediakan pilihan produk asing yang lebih banyak daripada sebelumnya. Sebagai konsekuensinya, pemahaman konsumen atas faktor yang terkait dengan evaluasi dan pemilihan produk yang berasal dari negara lain menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi peneliti pemasaran dan bisnis internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Consumer Ethnocentrism, Conspicuous Consumption, Dan Product Judgment Terhadap Willingness To Buy Pakaian Domestik Di Gresik*.

Berdasarkan pendekatan tingkat eksplanasinya jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasinya adalah seluruh mahasiswa di Kabupaten Gresik yang pernah membeli pakaian domestik. Sampel diambil dengan teknik *sampling insidental*, diperoleh responden sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan dengan kuesioner, kemudian untuk mengetahui pengaruh *Consumer Ethnocentrism, Conspicuous Consumption, Dan Product Judgment Terhadap Willingness To Buy Pakaian Domestik Di Gresik* digunakan uji regresi linier berganda.

Hasil uji t menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  diperoleh nilai masing-masing variabel *Consumer Ethnocentrism* sebesar 3,472, variabel *Conspicuous Consumption* sebesar 4,659, dan *Product Judgment* sebesar 4,220. Dari ketiga variabel tersebut seluruh variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Willingness To Buy* pakaian domestik di kabupaten Gresik.

Hasil uji F menunjukkan diperoleh  $F_{hitung} 56,395 > F_{tabel} 2,699$  berarti *Consumer Ethnocentrism, Conspicuous Consumption* dan *Product Judgment* berpengaruh positif secara simultan terhadap *Willingness To Buy* pakaian domestik di kabupaten Gresik.

Kata Kunci : *Consumer Ethnocentrism, Conspicuous Consumption, Product Judgment, Willingness To Buy*