

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*