

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif mengenai etnosentrisme konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh anteseden sosio-psikologis dan politik terhadap etnosentrisme konsumen pada merek sepatu asing. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Unsoed Purwokerto. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 143 responden. Responden ditentukan menggunakan metode *random sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan SEM (Structural Equation Modelling) menunjukkan bahwa: (1) Keterbukaan budaya berpengaruh negatif terhadap etnosentrisme konsumen, (2) Patriotisme tidak berpengaruh terhadap etnosentrisme konsumen, (3) Konservatisme tidak berpengaruh terhadap etnosentrisme konsumen, (4) Kolektivisme tidak berpengaruh terhadap etnosentrisme konsumen, (5) Propaganda pemerintah berpengaruh positif terhadap etnosentrisme konsumen, (6) Etnosentrisme konsumen berpengaruh negatif terhadap sikap pada merek asing.

Implikasi dari kesimpulan di atas yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan sepatu merek lokal adalah dengan meningkatkan intensitas kampanye cinta produk dalam negeri yang didukung oleh pemerintah. Menciptakan event dengan melibatkan komunitas anak muda untuk menanamkan merek lokal.

SUMMARY

This Research is a descriptive research about consumer ethnocentrism. The aims of this research is to find out the effect of socio-psychological antecedents and political antecedent on consumer ethnocentrism of foreign shoe brand. The research population are Jenderal Soedirman university students. There were 143 customers chosen as respondents of the research. Then Random sampling method was used to determine the respondents.

Based on result of research and data analysis using Structural Equation Modelling (SEM) it has got the conclusions: (1) Cultural openness has a negative effect on consumer ethnocentrism, (2) Patriotism has no effect on consumer ethnocentrism, (3) Conservatism has a no effect on consumer ethnocentrism, (4) Collectivism has no effect on consumer ethnocentrism, (5) Political propaganda has a positive effect on consumer ethnocentrism, (6) Consumer ethnocentrism has a negative effect on Attitudes towards foreign brand

As implication of the conclusion above, in order to boost sales of local shoe brand is to the intensity campaign love domestic product that supported by the government. Creating event with involve youth communities to infuse local brand.