

**Social Support, Product Knowledge, Consumer Ethnocentrism,
And Buying Decisions On Batik Products In Ponorogo East Java**

(Studi Empiris : Konsumen Batik Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yuniar Nur Shabrina

NIM : 19414902

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

Social Support, Product Knowledge, Consumer Ethnocentrism, And

Buying Decisions On Batik Products In Ponorogo East Java

(Studi Empiris : Konsumen Batik Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yuniar Nur Shabrina

NIM : 19414902

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Social Support, Product Knowledge, Consumer Ethnocentrism, And Buying Decisions On Batik Products In Ponorogo East Java
Nama : Yuniar Nur Shabrina
NIM : 19414902
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 16 Juni 2001
Program Studi : Manajemen

Isi dan format ini disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Ponorogo, 29 Maret 2023
Pembimbing II

Wahna Widhianingrum, SP., MM
NIDN. 0707118602

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji I

Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Dosen Penguji :
Dosen Penguji II

Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Dosen Penguji III

Dr. Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127102

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dukungan sosial, pengetahuan produk, dan etnosentrisme konsumen terhadap keputusan pembelian batik Ponorogo di Jawa Timur. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat remaja yang membeli baju batik Ponorogo. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 250, metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden secara online dan offline, pengukuran data menggunakan skala Likert 1 - 5 Metode analisis penelitian ini adalah SEM (Structural Equation Modeling) dengan bantuan tools statistik IBM SPSS AMOS 26. Hasil Dari penelitian ini ditemukan bahwa dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian, serta etnosentrisme konsumen yang ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan product knowledge dalam penelitian ini ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baju batik di Ponorogo. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan teori budaya pelanggan mengenai etnosentrisme terhadap produk lokal yang dapat menjadi budaya dalam perilaku masyarakat sebagai kecintaan terhadap produk lokal yang mereka miliki. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengetahuan produk tidak menjadi jaminan seseorang untuk mau melakukan pembelian. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak memiliki informasi yang cukup mengenai produk sehingga mengakibatkan konsumen memiliki pengetahuan yang terbatas. Selain itu konsumen kurang memiliki pengetahuan dan cenderung mengandalkan informasi dari orang lain, sehingga dapat dikatakan jika informasi dari orang lain kurang maka konsumen yang melakukan pembelian juga tidak yakin untuk membelinya.

Keywords : *Ponorogo Batik; Social Support; Product Knowledge; Consumer Ethnocentrism; Buying Decisions*

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 29 Maret 2023



[Signature]
Yuniar Nur Shabrina
NIM 19414902

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” Qs Al-Insyirah ayat 5-6

“Allah pasti mengabulkan doamu tidak selalu dengan Ya tetapi pasti yang terbaik untuk mu”



PERSEMBAHAN

1. Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan ridho, kesehatan, kekuatan, kelancaran, dan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Adi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta dukungan selama proses penyusunan skripsi sehingga terselesaikan tugas skripsi ini.
5. Ibu Wahna Widhianingrum, SP., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta dukungan selama proses penyusunan skripsi sehingga terselesaikan tugas skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, masukan, dan motivasi yang bermanfaat serta teladan yang baik bagi saya.
7. Bapak dan ibu yang tercinta “Bapak Samsul Yulianto & Ibu Nuryanti” yang selalu memberikan yang terbaik, selalu mendoakan demi kesuksesan putra putrinya dan selalu memberikan semangat serta kasih sayang yang tak terbalaskan oleh apapun.
8. Adik saya yang selalu memberikan *support* “Muhammad Irsyad Farizan”
9. Pihak-pihak yang tidak disebutkan oleh peneliti satu persatu, dan saya mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan dan motivasinya dalam penyelesaian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran ALLAH SWT atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Social Support, Product Knowledge, Consumer Ethnocentrism, And Buying Decisions On Batik Products In Ponorogo East Java”** sesuai dengan yang telah direncanakan

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1), Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bantuan berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terwujud. Penulis telah banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya dan memberikan kemudahan serta kelancaran dalam segala urusan.
2. Terimakasih untuk Kedua orang tua saya yang selalu ada dan selalu memberikan dukungan serta doa selama menempuh perkuliahan.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Adi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta dukungan selama penyusunan skripsi sehingga terselesaikan tugas skripsi ini.
6. Ibu Wahna Widhianingrum, SP., MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta dukungan selama proses penyusunan skripsi sehingga terselesaikan tugas skripsi ini.

7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo beserta stafnya atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.
8. Untuk sahabat saya, Herdita, Agnes, dan Via yang sudah memberikan dukungan, semangat dan menemani setiap perjuangan saya untuk menyelesaikan skripsi ini
9. Untuk Ria Windi Auliasari, Septiara Fedila Sari, Yenni Nurdianna dan Windu Praditiyo Subarkah yang sudah memberikan dukungan, semangat, menemani setiap perjuangan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman – Teman Manajemen E angkatan 2019
11. Pihak-pihak yang tidak disebutkan oleh peneliti satu persatu, dan saya mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan dan motivasinya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat senang dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti.

Ponorogo, 29 Maret 2023

Yuniar Nur Shabrina
NIM 19414902

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan manfaat penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Marketing	9
2. Manajemen Pemasaran.....	9
3. Teori Consumer Culture Theory	10
4. Keputusan Pembelian.....	11
5. Etnosentrisme	12
6. Product Knowledge	15
7. Social Support	16
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Model Kerangka Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	21
B. Populasi dan Sampel Penelitian	21

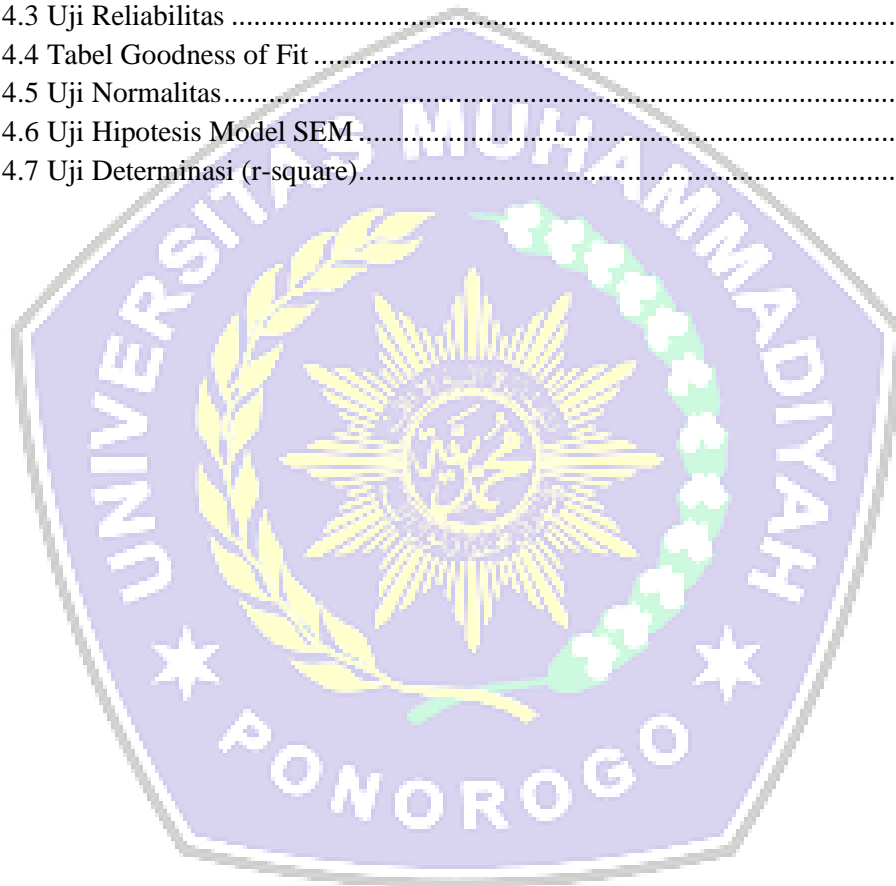
1. Populasi	21
2. Sampel	22
C. Jenis Data Penelitian	22
1. Data Primer.....	22
2. Data Sekunder	23
D. Metode Pengambilan Data	23
1. Observasi	23
2. Kuesioner.....	24
E. Definisi Operasional Variabel.....	24
F. Metode Analisis Data.....	27
G. Confirtmatory Factor Analysis (CFA)	28
1. Uji Validitas.....	28
2. Uji Reliabilitas.....	28
H. Pengukuran Goodness of Fit (GoF)	29
I. Pengujian Asumsi SEM	30
1. Pengujian Normalitas	30
2. Multicolinierity dan <i>Singularity</i>	31
J. Uji Regresi Berganda	31
K. Uji Hipotesis.....	32
L. Uji Determinasi	32
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Batik Ponorogo.....	34
B. Identitas Responden	34
C. Confirtmatory Factor Analysis (CFA)	36
1. Uji Validitas.....	36
2. Uji Reliabilitas.....	38
D. Hasil Evaluasi Pengujian Goodness of Fit	38
E. Hasil Uji Analisis SEM.....	39
1. Uji Normalitas	39
2. <i>Multicolinierity</i> dan <i>Singularity</i>	41
F. Hasil Uji Regresi Berganda	42
G. Hasil Uji Hipotesis	43
H. Hasil Uji Determinasi.....	44

I. Pembahasan	45
1. <i>Pengaruh Ethnocentrisme terhadap Keputusan Pembelian</i>	45
2. <i>Pengaruh Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian</i>	46
3. <i>Pengaruh Social Support terhadap Keputusan Pembelian</i>	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 RISET GAP	6
Tabel 2.1 Keputusan Pembelian dan Pengukurannya	11
Tabel 2.2 Ethnosentrisme dan Pengukurannya.....	13
Tabel 2.3 Produk Knowledge dan Pengukurannya.....	15
Tabel 2.4 Social Support dan Pengukurannya.....	17
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 3.2 Goodness of Fit (GoF).....	29
Tabel 4.1 Profil Responden	35
Tabel 4.2 Uji Validitas	37
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.4 Tabel Goodness of Fit	39
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	40
Tabel 4.6 Uji Hipotesis Model SEM.....	42
Tabel 4.7 Uji Determinasi (r-square).....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....20
Gambar 3.1 Bagan Operasional Variabel.....27
Gambar 4.1 Output SEM.....43



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIIONER	61
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN.....	66
LAMPIRAN 3 JAWABAN RESPONDEN	71
LAMPIRAN 4 REGRESSION WEIGHTS.....	80
LAMPIRAN 5 VARIANCES	81
LAMPIRAN 6 STANDARDIZED REGRESSION	81
LAMPIRAN 7 TABEL NORMALITAS	82
LAMPIRAN 8 MODEL FIT.....	83
LAMPIRAN 9.....	84
LAMPIRAN 10 Berita Acara.....	85

