

**PENGARUH ETNOSENTRISME KONSUMEN DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SEPATU FUTSAL SPECS DI RUN FUTSAL JOMBANG)**

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**KOKO HIMAWAN**

**Dosen Pembimbing:**

**NURI PURWANTO, ST.MM.**

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui apakah etnosentrisme berpengaruh terhadap keputusan pembelian 2) untuk mengetahui apakah *country of origin* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah sebagian member Run Futsal Jombang. Sampel penelitian ini didapat dengan menggunakan rumus slovin sehingga sebagian populasi digunakan sebagai sampel. Asumsi – asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa variabel – variabel yang dapat diukur dengan menggunakan tanggapan responden dengan angket dan berguna untuk menjelaskan hubungan timbal balik, analisa data dengan menggunakan metode analisis linier berganda dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian bahwa 1) etnosentrisme konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian artinya banyak konsumen yang memutuskan untuk membeli produk dalam negeri dan mengunggulkan produk dalam negeri, 2) *country of origin* berpengaruh terhadap keputusan pembelian artinya produk luar negeri dapat dievaluasi dengan *country of origin* sehingga dapat memutuskan untuk membeli produk dalam negeri.

Kata kunci: Etnosentrisme Konsumen, *Country Of Origin*, Keputusan Pembelian.

***EFFECT OF CONSUMER ETHNOSENTRISM AND COUNTRY OF  
ORIGIN ON PURCHASE DECISION (CASE STUDY ON FUTSAL SPECS  
SHOES IN RUN FUTSAL JOMBANG)***

***ABSTRACT***

***By:***

**KOKO HIMAWAN**

***Lecture :***

**NURI PURWANTO, ST.MM.**

*This study aims 1) to determine whether the ethnocentrism effect on purchasing decisions, 2) to determine whether the country of origin affects the purchase decision. Research conducted using quantitative research methods. Population in this research is some member of Run Futsal Jombang. The sample of this research is obtained by using slovin formula so that some of the population is used as sample. The assumptions used in this study are in the form of variables that can be measured by using the responses of respondents by questionnaire and useful to explain the relationship of reciprocity, data analysis using multiple linear analysis and hypothesis testing. Based on the research result that 1) consumer ethnocentrism have an effect on purchasing decision that means many consumers decide to buy domestic product and favor domestic product, 2) country of origin influence to purchase decision means that overseas product can be evaluated with country of origin so it can decide to buy domestic product.*

*Keywords: Consumer Ethnosentrism, Country Of Origin, Purchase Decision.*