

HALAMAN MOTTO

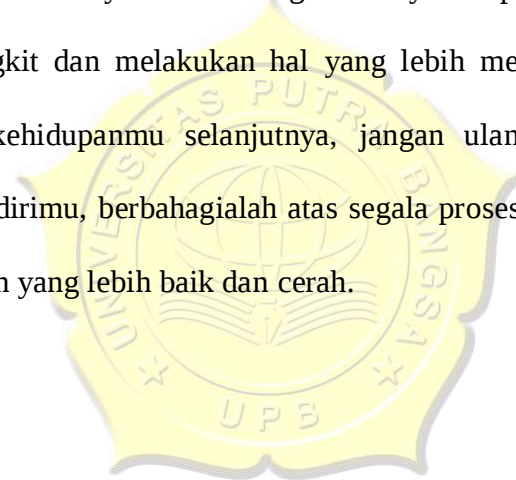
“you can never break a woman who finds beauty in everything, even in pain. She turns her scars into wisdom, her struggles into strength and her setback’s into a comeback”



HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Cinta pertama dan panutanku, Bapak Sudarno dan Ibu yang selalu menyayangiku, Ibu Sri Jiati. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan luar biasa yang selalu mengiringi setiap langkah saya. Semoga karya ini menjadi salah satu bentuk bakti dan kebanggaan untuk Ayah dan Ibu.. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati yang selalu menerima penulis walaupun telah mengecewakannya. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang Pak, Bu.
2. Yang senantiasa memberi support, suamiku tercinta Dhiyas Muhammad Syifa. Terima kasih atas cinta, kesabaran, dukungan, dan pengertiannya selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berkeluh kesah sekaligus penyemangat di setiap keadaan
3. Yang paling kucinta anakku tersayang, Lucas Giovanni Ramadhan . Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar dalam hidup saya. Senyummu adalah semangat bagi setiap perjuangan yang saya tempuh.
4. Kedua kakakku yang kusayangi, Riska Utami dan Umi Hidayah yang selalu memberi saya support dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati,S.E.,M.Si, selaku dosen pembimbing, yang telah dengan penuh kesabaran dan ketelitian membimbing, memberikan arahan, serta dukungan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

6. Sahabat tersayang, Qothrunnadaa Durrotulhikmah serta teman-teman kelas 8MJRC, terima kasih telah membantu, mendukung, menghibur dalam kesedihan, mendengarkan segala keluh kesah yang dirasa dan selalu memberikan semangat kepada penulis selama perkuliahan hingga waktu penulisan skripsi ini. See u on top guys!
7. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri. Terima kasih “Kharisma” sudah memilih untuk bertahan, mau berjuang hingga saat ini, serta menjadi perempuan yang kuat dan ikhlas atas segala perjalanan hidup yang mengecewakan dan menyakitkan. Dengan adanya skripsi ini, menjadi acuan untuk terus bangkit dan melakukan hal yang lebih membanggakan lainnya. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, jangan ulangi kesalahan, hargai dirimu, rayakan dirimu, berbahagialah atas segala proses yang berhasil dilalui untuk masa depan yang lebih baik dan cerah.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Consumer Ethnocentrism*, *Product Quality* Dan *Perceived Price* Terhadap Keputusan Pembelian Tas Mossdoom. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala Likert dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan bantuan perangkat lunak SPSS 25 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *consumer* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tas Mossdoom, sedangkan *product quality* dan *perceived price* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian tas Mossdoom.

Kata Kunci: *Consumer Ethnocentrism*, *Product Quality*, *Perceived Price*, Terhadap Keputusan Pembelian Tas Mossdoom.



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Consumer Ethnocentrism, Product Quality, and Perceived Price on the Purchase Decision of Mossdoom bags. This research employed a quantitative approach using a purposive sampling method. Data were collected through questionnaires using a Likert scale, with a total sample of 100 respondents. The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination, using SPSS version 25 for Windows.

The results indicate that consumer ethnocentrism does not have a significant effect on the purchase decision of Mossdoom bags, while product quality and perceived price have a positive and significant effect on the purchase decision of Mossdoom bags.

Keywords: Consumer Ethnocentrism, Product Quality, Perceived Price, Purchase Decision, Mossdoom Bags.



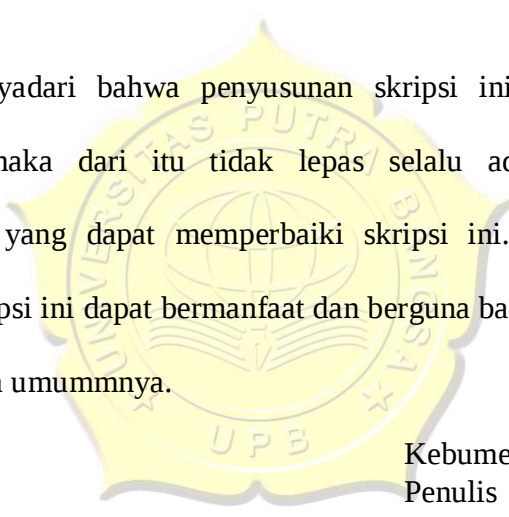
KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Consumer Ethnocentrism*, *Product Quality* Dan *Perceived Price* Terhadap Keputusan Pembelian Tas Mossdoom.” dengan kemudahan dan kelancaran. Tanpa pertolongan-Nya mustahil kiranya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar Semoga selalu dalam lindungan-Nya.

Skripsi ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Terelesaiannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Untuk kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi
2. Suami tercinta Dhiyas Muhammad Syifa yang selalu mendampingi dan menyamangati dalam proses.
3. Anakku tersayang Lucas Giovanni Ramadhan yang menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar dalam hidup saya

4. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati,S.E.,M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu, wawasan, arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman seperjuangan atas dukungan serta motivasi untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi.
7. Semua pihak yang telah membantu melancarkan dalam penyusunan skripsi.
8. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang dari sempurna, maka dari itu tidak lepas selalu ada saran dan kritik membangun yang dapat memperbaiki skripsi ini. Sekali lagi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan kepada para pembaca umumnya.



Kebumen, 23 Februari 2026
Penulis

Kharisma Fadilah
NIM. 225504918

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	21
1.3. Batasan Masalah.....	22
1.4. Tujuan Penelitian.....	27
1.5. Manfaat Penelitian	28
1.5.1 Manfaat Teoritis	28
1.5.2 Manfaat Praktis:.....	28

BAB II	30
KAJIAN PUSTAKA	30
2.1. Tinjauan Teori.....	30
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	30
2.1.2. <i>Consumer Ethnocentrism</i>	35
2.1.3. <i>Product Quality</i>	38
2.1.4. <i>Perceived Price</i>	40
2.2. Penelitian Terdahulu.....	43
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	51
2.3.1. Hubungan <i>Consumer Ethnocentrism</i> Terhadap Keputusan Pembelian	51
2.3.2. Hubungan <i>Product quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	52
2.3.3. Hubungan <i>Perceived Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
2.4. Model Empiris	55
2.5. Hipotesis	55
BAB III	56
METODE PENELITIAN	56
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	56
3.1.1. Objek Penelitian	56
3.1.2. Subjek Penelitian.....	56
3.2. Variabel Penelitian.....	56
3.2.1 Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	56
3.2.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variabel</i>).....	57
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	57
3.3.1. Keputusan Pembelian.....	57
3.3.2. <i>Consumer Ethnocentrism</i>	58

3.3.3. <i>Product Quality</i>	59
3.3.4. <i>Perceived Price</i>	60
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	61
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	63
3.5.1. Jenis Data	63
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	63
3.6 Populasi dan Sampel	64
3.6.1. Populasi	64
3.6.2. Sampel	65
3.7. Teknik Analisis.....	65
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	65
3.7.2. Analisis Statistik.....	66
3.7.3. Alat Analisis Data	66
BAB IV	75
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	75
4.1. Analisis Deskriptif	75
4.1.1. Karakteristik Responden.....	75
4.2. Analisis Statistik.....	77
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	81
4.2.3. Analisis Regresi linear Berganda	84
4.2.4. Uji Hipotesis	85
4.3. Pembahasan	89
4.3.1. Pengaruh <i>Consumer Ethnocentrism</i> Terhadap Keputusan Pembelian Tas Mossdoom	89

4.3.2. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Tas Mossdoom	90
4.3.3. Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian Tas Mossdoom	90
4.3.4. Pengaruh <i>Consumer Ethnocentrism, Product Quality Dan Perceived Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian Tas Mossdoom	91
4.3.5. Koefisien Determinasi	91
BAB V	92
SIMPULAN	92
5.1. Simpulan	92
5.2. Keterbatasan	93
5.3. Implikasi	94
5.3.1 Implikasi Praktis	94
5.3.2 Implikasi Teoritis	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Keputusan Pembelian Observasi Alasan Keputusan Pembelian Mosdom.....	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel III- 1 Indikator Keputusan Pembelian	58
Tabel III- 2 Indikator Consumer Ethnocentrism	59
Tabel III- 3 Indikator Product Quality	60
Tabel III- 4 Indikator Perceived Price.....	61
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel IV- 3 Klasifikasi Respon Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel IV- 4 Klasifikasi Persponden Berdasarkan Pendapatan	77
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Consumer Ethnocentrism	78
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Product Quality	79
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Perceived Price	79
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	80
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel IV- 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	84
Tabel IV- 12 Hasil Uji T	86
Tabel IV- 13 Hasil Uji F	88
Tabel IV- 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Perbandingan Minat Tas 1	4
Gambar II- 1 Model Empiris	55
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokdastisitas	82
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2 Data Identitas Responden	106
Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner	110
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	114
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	116
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 7 Analisis Regresi Berganda	119
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	119
Lampiran 9 Tabel r	121
Lampiran 10 Tabel T.....	125
Lampiran 11 Tabel F	128
Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi.....	131
Lampiran 13 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal	132

