

PENGARUH *ETHNOCENTRISM*, *SELF ESTEEM* DAN *SOCIAL STATUS*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI TUNJUNGAN PLAZA  
SURABAYA



OLEH  
CHRISTIANTO HARIJANTO  
3103013064

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

**PENGARUH *ETHNOCENTRISM*, *SELF ESTEEM*, DAN *SOCIAL STATUS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI ZARA  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
CHRISTIANTO HARIJANTO  
3103013064

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *ETHNOCENTRISM*, *SELF ESTEEM*, DAN *SOCIAL STATUS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI ZARA TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

OLEH:  
CHRISTIANTO HARIJANTO

3103013064

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari SE, M.Si.

Tanggal: 10 Jan 2017

Pembimbing II,



Elizabeth Supriharyanti, SE.,M.si

Tanggal: 10 Jan 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Christianto Harijanto NRP 3103013064 Telah di uji pada tanggal 25 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji




Dr. Margaretha Ardhanari, S.E, M,Si

NIK 311.95.0228

Mengetahui:

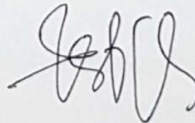
Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, M.M

NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti, S.E. M.Si

NIK. 311.99.036

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CHRISTIANTO HARIJANTO

NRP : 3103013064

Judul :

**PENGARUH *ETHNOCENTRISM*, *SELF ESTEEM*, DAN *SOCIAL STATUS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI ZARA  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31-1-2017



**(CHRISTIANTO HARIJANTO)**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kelimpahan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari SE, M.Si selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Elizabeth Supriharyanti, SE., M.si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberi doa serta dukungan baik secara Moral maupun Materi selama saya kuliah di Universitas Katolik Widya mandala Surabaya.
5. Teman-teman grup CORM ( *Comunity of Retail Management*) yang telah membantu dalam memberikan informasi mengenai jadwal dan prosedur penulisan skripsi.

6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Asisten lab yang telah membantu dalam memberikan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Akhir kata, bahwa di dalam pembuatan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini

Surabaya, .....

**(CHRISTIANTO HARIJANTO)**

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....  | i       |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....  | ii      |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....   | iii     |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN<br/>PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> ..... | iv      |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | v       |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | vii     |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | xi      |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xii     |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | xiii    |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | xiv     |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | xv      |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....  | 1       |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1       |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 6       |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 6       |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 7       |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....  | 7       |
| <b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....   | 9       |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....   | 9       |
| 2.2 Landasan Teori.....   | 10      |
| 2.2.1. <i>Purchase Intention</i> .....                                      | 10      |



|   |    |
|---|----|
| 2.2.2. <i>Ethnocentrism</i> .....   | 11 |
| 2.2.3. <i>Self Esteem</i> .....   | 13 |
| 2.2.4. <i>Social Status</i> .....   | 14 |
| 2.3 Hubungan antar Variabel.....  | 16 |
| 2.3.1. Pengaruh <i>Ethnocentrism</i> terhadap <i>Social Status</i> .....      | 16 |
| 2.3.2. Pengaruh <i>Ethnocentrism</i> terhadap <i>Self Esteem</i> .....        | 17 |
| 2.3.3. Pengaruh <i>Social Status</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..... | 17 |
| 2.3.4. Pengaruh <i>Self Esteem</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....   | 18 |
| 2.3.5. Pengaruh <i>Ethnocentrism</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..... | 18 |
| 2.4 Model penelitian .....  | 19 |
| 2.5 Hipotesis.....  | 20 |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....  | 21 |
| 3.1 Jenis Penelitian.....   | 21 |
| 3.2 Identifikasi Variabel.....  | 21 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel.....  | 22 |
| 1. <i>Purchase Intention</i> .....  | 22 |
| 2. <i>Ethnocentrism</i> .....   | 22 |
| 3. <i>Self Esteem</i> .....   | 23 |
| 4. <i>Social Status</i> .....   | 24 |
| 3.4 Pengukuran Variabel .....   | 24 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data .....   | 25 |
| 3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....                                     | 25 |
| 3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....                      | 26 |
| 3.8 Teknik Analisis Data.....   | 26 |
| 3.8.1 Uji Validitas .....   | 27 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas.....   | 27 |
| 3.8.3 Uji Normalitas .....  | 28 |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.8.4 Uji Kecocokan Model .....   | 28        |
| 3.8.5 Uji Kecocokan Struktural .....                                      | 29        |
| 3.8.6 Uji Hipotesis .....   | 30        |
| <b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....                                | <b>31</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden .....   | 31        |
| 4.1.1 Pernah Mengunjungi dan Berbelanja.....                              | 31        |
| 4.1.2 Jenis Kelamin .....   | 31        |
| 4.1.3 Usia.....   | 32        |
| 4.1.4 Domisili.....   | 32        |
| 4.1.5 Status.....   | 33        |
| 4.1.6 Penghasilan.....  | 34        |
| 4.1.7 Nilai Uang yang di Keluarkan Dalam 1 Kali Belanja.....              | 35        |
| 4.2 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian.....                          | 35        |
| 4.2.1. Statistik Deskripsi variable <i>Ethnocentrism</i> .....            | 36        |
| 4.2.2. Statistik Deskripsi variable <i>Self Esteem</i> .....              | 39        |
| 4.2.3. Statistik Deskripsi variable <i>Social Status</i> .....            | 40        |
| 4.2.4. Statistik Deskripsi variable <i>Purchase Intention</i> .....       | 41        |
| 4.3 Analisis Data.....  | 42        |
| 4.3.1 Uji Validitas.....  | 42        |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas .....  | 45        |
| 4.3.3 Uji Normalitas .....  | 46        |
| 4.3.4 Uji Kecocokan Model .....   | 47        |
| 4.3.5 Uji <i>Structural Equation</i> .....                                | 48        |
| 4.3.6 Uji Hipotesis.....  | 50        |
| 4.3.7 Pembahasan .....  | 51        |
| 4.3.7.1 Pengaruh <i>Ethnocentrism</i> terhadap <i>Social Status</i> ..... | 52        |
| 4.3.7.2 Pengaruh <i>Ethnocentrism</i> terhadap <i>Self Esteem</i> .....   | 53        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.3.7.3 Pengaruh <i>Social Status</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ...   | 54        |
| 4.3.7.4 Pengaruh <i>Self Esteem</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....   | 55        |
| 4.3.7.5 Pengaruh <i>Ethnocentrism</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..... | 56        |
| <b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b> .....  | <b>57</b> |
| 5.1 Simpulan.....  | 58        |
| 5.2 Saran .....  | 58        |
| <b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b> .....  | <b>60</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>  |           |

## DAFTAR TABEL

|            | Halaman  |
|------------|--|
| Tabel 2.1  | Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....9                   |
| Tabel 3.1  | <i>Goodness of Fit</i> .....29   |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan<br>Jenis Kelamin.....31 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan<br>Usia.....32          |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Domisili...33                |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....33                      |
| Tabel 4.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....34                 |
| Tabel 4.6  | Nilai Uang yang Dikeluarkan Dalam 1 Kali Belanja...35                  |
| Tabel 4.7  | Interval Rata-Rata Skor.....36   |
| Tabel 4.8  | Statistik Deskriptif Variabel <i>Ethnocentrism</i> .....37             |
| Tabel 4.9  | Statistik Deskriptif Variabel <i>Self Esteem</i> .....39               |
| Tabel 4.10 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Status</i> .....40             |
| Tabel 4.11 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> .....41        |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Validitas.....42   |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Reliabilitas.....46  |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji Normalitas.....46  |

|            |                          |    |
|------------|--------------------------|----|
| Tabel 4.15 | Hasil Indeks Fit.....    | 47 |
| Tabel 4.16 | Pengujian Hipotesis..... | 50 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                      | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Model Penelitian.....     | 19      |
| Gambar 4.1 Structural Equations..... | 49      |

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Lampiran 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Lampiran 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili
- Lampiran 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status
- Lampiran 7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan
- Lampiran 8 : Nilai Uang yang Dikeluarkan dalam 1 kali Belanja
- Lampiran 9 : Hasil *Univariat* Normalitas
- Lampiran 10 : Hasil *Goodness of Fit*
- Lampiran 11 : Hasil *Standardized Solution*
- Lampiran 12 : Hasil *Structural Equations*
- Lampiran 13 : Path Diagram *Estimates*
- Lampiran 14 : Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 15 : Path Diagram *T-Values*
- Lampiran 16 : Syntax

## ABSTRAK

Penelitian dilakukan karena masyarakat di Indonesia sudah marak menggemari produk asing untuk menunjang dalam berpenampilan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *ethnocentrism*, *self esteem*, dan *social status* terhadap *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) LISREL 8.70. Obyek dari penelitian ini adalah pengunjung dan pembeli di Zara Tunjungan Plaza Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden. Teknik *sampling* dari penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada pengunjung dan pembeli di Zara Tunjungan Plaza Surabaya.

Hasil Penelitian ini menjelaskan : (1) *ethnocentrism* berpengaruh negatif terhadap *social status*, (2) *ethnocentrism* berpengaruh positif terhadap *self esteem*, (3) *self esteem* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, (4) *social status* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, (5) *ethnocentrism* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*.

**Kata Kunci :** *ethnocentrism*, *self esteem*, *social status*, *purchase intention*



## ***ABSTRACT***

*The study was conducted for the community in Indonesia is rife fond of foreign products to support in looking. This study aims to determine the influence of ethnocentrism, self esteem and social status of the purchase intention. This study uses analysis techniques Structural Equation Modeling (SEM) LISREL 8.70. The object of this study is the visitors and buyers at Zara Tunjungan Plaza Surabaya, with a total sample of 160 respondents. Sampling of this research is by distributing questionnaires to visitors and shoppers at Zara Tunjungan Plaza Surabaya.*

*The results of this study describes: (1) ethnocentrism negatively affect social status, (2) ethnocentrism positive effect on self-esteem, (3) self esteem positive effect on purchase intention, (4) social status positive effect on purchase intention, (5) ethnocentrism positive influence on purchase intention.*

***Key Words : ethnocentrism, self esteem, social status, purchase intention***