

## **ABSTRAK**

### **HUBUNGAN ANTARA ETNOSENTRISME KONSUMEN, KEBUTUHAN PRODUK DAN KURANGNYA KETERSEDIAAN PRODUK DOMESTIK PADA NIAT PEMBELIAN DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN INDONESIA UNTUK PRODUK ASING DI SHOPEE**

(xvi + 112 halaman: 6 gambar, 29 tabel; 5 lampiran)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami hubungan antara sikap konsumen terhadap produk asing pada e-commerce yang dianalisis melalui etnosentrisme konsumen dan kebutuhan produk pada niat pembelian produk Cina di Shopee. Dengan globalisasi dan kemajuan teknologi, tidak dapat dipungkiri bahwa e-commerce telah menjadi bagian dari kehidupan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Shopee, e-commerce Indonesia di bawah Chris Feng sebagai CEO telah menjadi salah satu pengaruh dalam perekonomian Indonesia. Namun, meskipun Indonesia disebut-sebut sebagai kontributor terbesar Shopee, Shopee berada di belakang Tokopedia, e-commerce Indonesia, yang berada di peringkat nomor satu dalam hal kunjungan web bulanan. Penelitian yang sebenarnya dilakukan pada 200 responden dengan menggunakan kuesioner online dan teknik sampling adalah non probability purposive sampling. Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang telah berbelanja di Shopee menggunakan aplikasi seluler, dan memiliki niat untuk berbelanja lagi di masa depan. Data diproses melalui validitas, keandalan, dan analisis statistik dan dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etnosentrisme Konsumen memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Sikap terhadap Produk Asing, pernyataan terhadap penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa hubungan antara hipotesis ini negatif.

responden dengan menggunakan kuesioner online dan teknik sampling adalah non probability purposive sampling. Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang telah berbelanja di Shopee menggunakan aplikasi seluler, dan memiliki niat untuk berbelanja lagi di masa depan. Data diproses melalui validitas, keandalan, dan analisis statistik dan dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS.

Referensi: 71 sumber (2002-2021)

Kata Kunci: Etnosentrisme Konsumen, Kebutuhan Produk, Kurangnya ketersediaan produk domestic, sikap terhadap produk asing, e-commerce

## **ABSTRACT**

### **THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER ETHNOCENTRISM, PRODUCT NECESSITY AND LACK OF AVAILABILITY OF DOMESTIC PRODUCT ON PURCHASING INTENTIONS IN THE PERSPECTIVE OF INDONESIAN CONSUMERS FOR FOREIGN PRODUCTS ON SHOPEE**

(xvi + 112 pages: 6 figures, 29 tables; 5 appendix)

The purpose of the study was to understand the relationship between consumer attitudes towards foreign products in e-commerce analyzed through consumer ethnocentrism and product needs on Chinese product purchase intentions at Shopee. With globalization and technological advances, it is undeniable that ecommerce has become a part of life to meet daily needs. Shopee, Indonesian ecommerce under Chris Feng as CEO has become one of the influences in the Indonesian economy. However, although Indonesia is touted as Shopee's biggest contributor, Shopee is behind Tokopedia, Indonesia's e-commerce, which ranks number one in terms of monthly web visits. The actual study was conducted on 200 respondents using online questionnaires and sampling techniques was non probability purposive sampling. The subjects of the study were people who had shopped at Shopee using a mobile app, and had the intention to shop again in the future. Data is processed through validity, reliability, and statistical analysis and is conducted using SmartPLS software. The results showed that Consumer Ethnocentrism had a negative influence on Attitudes toward Foreign Products, a statement to previous research stating that the relationship between these hypotheses was negative.

Respondents used online questionnaires and sampling techniques were nonprobability purposive sampling. The subjects of the study were people who had shopped at Shopee using a mobile app and had the intention to shop again in the future. Data is processed through validity, reliability, and statistical analysis and is conducted using SmartPLS software.

Reference: 71 sources (2002-2021)

Keyword: Consumer Ethnocentrism, Product Necessity, Lack of availability of domestic products, attitudes towards foreign products, e-commerce