

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Dalam Teoritis	10
1.4.2 Dalam Bidang Praktis	11
1.5 Ruang Lingkup	11
1.6 Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Pemasaran	13
2.1.1 Pemasaran Global	15
2.2 E-commerce	20
2.3 <i>Consumer Ethnocentrism</i>	22

2.4 <i>Lack of Availability of Domestic Products</i>	23
2.5 <i>Product Necessity</i>	25
2.6 <i>Attitude towards Foreign Products</i>	25
2.7 Hubungan Antara Variabel	26
2.7.1 <i>Consumer Ethnocentrism (CE) dan Attitude towards foreign products</i>	26
2.7.2 <i>Lack of Domestic Products dan Attitude Towards Foreign Products</i>	26
2.7.3 <i>Product Necessity dan Attitude Towards Foreign Products</i>	27
2.8 Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Desain Penelitian	30
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	31
3.4 Unit Analisis	32
3.5 Jenis Penelitian	33
3.6 Pengukuran Variabel	34
3.7 Populasi dan Sampel	35
3.8 Teknik Pembuatan Kuesioner	37
3.9 Skala Pengukuran	41
3.10 Teknik Pengumpulan Data	42
3.11 Etika Pengumpulan Data	43
3.12 Metode Analisis Data	44
3.13 Statistik Inferensial	44
3.14 Statistik Deskriptif	45
3.15 Uji Realibilitas	46
3.16 Uji Validitas	47
3.17 <i>Average Variance Extracted</i>	48
3.18 <i>Heterotrait-Monotrait</i>	48

3.19 Pengujian Awal	49
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1 <i>Respondent Characteristic</i>	53
4.1.1 Jenis Kelamin	54
4.1.2 Usia	55
4.1.3 Tingkat Pendidikan	56
4.1.4 Pekerjaan.....	57
4.1.5 Domisili	57
4.1.6 Tingkat Pendapatan	58
4.1.7 Statistik Deskriptif	59
4.1.7.1 Etnosentrisme Konsumen	61
4.1.7.2 Kurangnya Ketersediaan Produk Dalam Negeri	63
4.1.7.3 Kebutuhan Produk	65
4.1.7.4 Sikap Terhadap Produk Asing	66
4.1.8 Statistik Inferensial	68
4.1.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Model Luar)	69
4.1.8.1.1 Uji Validitas Aktual	70
4.1.8.1.2 Uji Reliabilitas	76
4.1.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	77
4.1.8.2.1 Koefisien Penentuan (R^2)	77
4.1.8.2.2 Tes Multikolinearitas	78
4.1.8.2.3 <i>Goodness of Fit</i>	79
4.1.8.3 Uji Hipotesis	81
4.2 Diskusi	84
4.2.1 Pengaruh Etnosentrisme Konsumen terhadap Sikap terhadap Produk Asing	84
4.2.2 Pengaruh Kurangnya Ketersediaan Produk Dalam Negeri terhadap Sikap	

terhadap Produk Asing	85
4.2.3 Pengaruh Kebutuhan Produk terhadap Sikap terhadap	86
Produk Asing	86
BAB V KESIMPULAN & REKOMENDASI	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Implikasi Manajerial	88
5.3 Batasan penelitian	89
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Tokopedia melewati Shopee	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	28
Gambar 3.1 Model Structural Berdasarkan SPLS	52
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja di Shopee	53
Gambar 4.2 Model Pengukuran (Model Luar)	68
Gambar 4.3 Jalur Model PLS Algoritma	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Five Leading E-commerce Platform in Indonesia	4
Tabel 1.2 E-commerce platform rank in visitors	5
Tabel 3.1 DKDO	37
Tabel 3.2 Pengujian Reliabilitas Pendahuluan	48
Tabel 3.3 Outer Loadings Berdasarkan PLS	49
Tabel 3.4 Tabel AVE dari Smart PLS	50
Tabel 3.5 Cross Loading dengan Menggunakan Smart PLS.....	50
Tabel 3.6 Heterotrait-Monotrait dengan menggunakan Smart PLS	51
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Para Responden	54
Tabel 4.2 Data Umur Para Responden	54
Tabel 4.3 Latar belakang Pendidikan Responden	55
Tabel 4.4 Data Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.5 Data Domisili Responden.....	57
Tabel 4.6 Data Pendapatan Bulanan Responden	58
Tabel 4.7 Klasifikasi Sikap Negatif	59
Tabel 4.8 Klasifikasi Sikap Positif	59
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Etnosentrisme Konsumen	60
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Kurangnya Ketersediaan Produk Dalam Negeri	62
Tabel 4.11 Produk Statistik Deskriptif Necessity	64
Tabel 4.12 Sikap Statistik Deskriptif Terhadap Produk Asing	66
Tabel 4.13 Uji Validitas Konvergen Aktual	69
Tabel 4.14 Hasil Validitas Konvergen Aktual – AVE	71
Tabel 4.15 Hasil Tes Validitas Diskriminan Aktual – Kriteria Fornell dan Lacker	72
Tabel 4.16 Hasil Hasil Uji Validitas Diskriminan Aktual-Heterotrait- Monotrait Ratio (HTMT).....	74

Tabel 4.17 Basis Uji Keandalan Pada Keandalan Komposit	75
Tabel 4.18 R Square Score (R^2)	76
Tabel 4.19 VIF	77
Tabel 4.20 <i>Goodness of Fit</i>	79
Tabel 4.21 Koefisien Jalur Bootstrapping (Rata-rata, STDEV, T-Values)	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Questionnaire

Lampiran B : Pre-Test Measurement Model

Lampiran C : Actual Test Measurement Model