

PENGARUH ETNOSENTRISME, KEWAJARAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SEKAR AGUNG

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji sejauh mana pengaruh etnosentrisme, kewajaran harga, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam membeli Batik Sekar Agung. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, di mana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden. Berdasarkan hasil analisis, variabel etnosentrisme diketahui tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kewajaran harga menunjukkan hasil yang signifikan. Serta variabel promosi menunjukkan hasil yang signifikan. Oleh karena itu, disarankan agar Batik Sekar Agung lebih menonjolkan unsur budaya Indonesia dalam setiap produknya, tetap menjaga kesesuaian antara harga dan kualitas, serta memperluas jangkauan promosi melalui berbagai media sosial.

Kata kunci: Etnosentrisme, Kewajaran Harga, Promosi, Keputusan Pembelian



PENGARUH ETNOSENTRISME, KEWAJARAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK SEKAR AGUNG

ABSTRACT

The objective of this study had examined to the extent to which ethnocentrism, price fairness, and promotion influence consumer purchasing decisions toward Batik Sekar Agung. This research employed a quantitative approach, with data collected through the distribution of questionnaires to 60 respondents. The analysis indicated that ethnocentrism does not have a significant impact on purchasing decisions. In contrast, both price fairness and promotion were found to have a significant influence. Based on these findings, it is recommended that Batik Sekar Agung further emphasize elements of Indonesian culture in its products, ensure that pricing remains consistent with product quality, and enhance its promotional efforts across various social media platforms.

Keywords: *Ethnocentrism, Price Fairness, Promotion, Purchasing Decision*

