

ABSTRAK

Dengan semakin diberlakukannya liberalisasi perdagangan dunia, mendorong pemerintah Indonesia untuk lebih terbuka atas masuknya produk-produk dari negara lain khususnya produk elektronik. Produk polytron merupakan salah satu produk elektronik lokal yang mampu bertahan ditengah banyaknya produk impor. Perlunya untuk mengetahui karakteristik etnosentris konsumen Indonesia guna memperkuat strategi dan meningkatkan penggunaan produk lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah etnosentrisme konsumen, persepsi harga dan kemenarikan atribut berpengaruh kepada sikap produk sehingga berdampak pada keputusan pembelian produk elektronik Polytron.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 135 orang manajer dan pemilik Hotel berbintang di Jawa tengah. Kuesioner didistribusikan pada bulan Januari 2018 hingga Februari 2018. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi Amos 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing . Variabel kemenarikan atribut berpengaruh paling besar terhadap variabel sikap produk dan pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian. Sama seperti penelitian sebelumnya, sikap produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dan berperan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Etnosentrisme Konsumen, Persepsi Harga, Kemenarikan Atribut, Sikap Produk dan Keputusan Pembelian.

