

**PENGARUH *ANIMOSITY* DAN *CONSUMER ETHNOCENTRISM*
TERHADAP *WILLINGNESS TO BUY* MELALUI *PRODUCT JUDGEMENT*
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *FAST FOOD PRO-ISRAEL*
PASCABOIKOT DI DKI JAKARTA)**

ARISTA IVANA PUTRI

1707621029



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE INFLUENCE OF ANIMOSITY AND CONSUMER ETHNOCENTRISM
ON WILLINGNESS TO BUY THROUGH PRODUCT JUDGEMENT (CASE
STUDY ON PRO-ISRAEL FAST FOOD CONSUMERS POST-BOYCOTT IN
THE SPECIAL REGION OF JAKARTA)***

ARISTA IVANA PUTRI

1707621029



***This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education degree at the Faculty of Economics and Business, Jakarta State
University***

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

ARISTA IVANA PUTRI. Pengaruh *Animosity* dan *Consumer Ethnocentrism* Terhadap *Willingness to Buy* Melalui *Product Judgement* (Studi Kasus Pada Konsumen *Fast Food* Pro-Israel Pascaboikot Di DKI Jakarta). Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *animosity* dan *consumer ethnocentrism* terhadap *willingness to buy* melalui *product judgement* pada konsumen *fast food* pro-Israel pascaboikot di DKI Jakarta. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei terhadap 231 responden yang pernah mengonsumsi produk KFC dalam enam bulan terakhir. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan *software* SPSS dan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan *animosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *product judgement*, namun tidak langsung memengaruhi *willingness to buy*. *Consumer ethnocentrism* tidak berpengaruh signifikan terhadap *product judgement* maupun *willingness to buy*. Sebaliknya, *product judgement* berpengaruh positif terhadap *willingness to buy* dan secara signifikan memediasi hubungan antara *animosity* dan *willingness to buy*, namun tidak memediasi hubungan antara *consumer ethnocentrism* dan *willingness to buy*. Temuan ini memberikan implikasi penting dalam merancang strategi pemasaran berbasis nilai sosial.

Kata Kunci: *animosity*, *consumer ethnocentrism*, *product judgement*, *willingness to buy*, boikot

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

ARISTA IVANA PUTRI. *The Influence of Animosity and Consumer Ethnocentrism on Willingness to Buy Through Product Judgement (Case Study on Pro-Israel Fast Food Consumers Post-Boycott in the Special Region of Jakarta).* Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University, 2025.

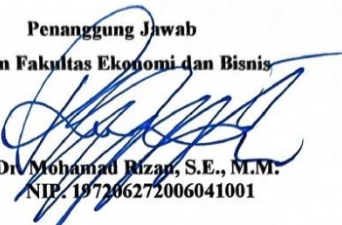
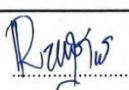
This study aims to analyze the influence of animosity and consumer ethnocentrism on willingness to buy through product judgment on pro-Israel fast food consumers post-boycott in the Special Region of Jakarta. A quantitative approach was used with a survey method of 231 respondents who had consumed KFC products in the last six months. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of SPSS and AMOS software. The results showed that animosity had a positive and significant effect on product judgment, but did not directly affect willingness to buy. Consumer ethnocentrism did not have a significant effect on product judgment or willingness to buy. On the other hand, product judgment has a positive effect on willingness to buy and significantly mediates the relationship between animosity and willingness to buy, but does not mediate the relationship between consumer ethnocentrism and willingness to buy. This finding provides important implications in designing social value-based marketing strategies.

Keywords: *animosity, consumer ethnocentrism, product judgment, willingness to buy, boycott*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D NIP. 198209082010122004 (Ketua Sidang)		9 Juli 2025
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		9 Juli 2025
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		9 Juli 2025
4	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 1)		9 Juli 2025
5	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Pembimbing 2)		9 Juli 2025
Nama : Arista Ivana Putri No. Registrasi : 1707621029 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 12 Juni 2025			

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 31 Juli 2025


Arista Ivana Putri

NIM. 1707621029

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Arista Ivana Putri
NIM : 1707621029
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Pendidikan Bisnis
Alamat email : aristaputri190@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Animosity* dan *Consumer Ethnocentrism* terhadap *Willingness to Buy* melalui *Product Judgement* (Studi Kasus pada Konsumen *Fast Food* Pro-Israel Pascaboikot di DKI Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Agustus 2025

Penulis

Arista Ivana Putri

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh rasa syukur dan penghargaan yang mendalam, penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala petunjuk, kekuatan, serta izin-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas. Segala puji hanya bagi-Nya, Tuhan semesta alam, yang senantiasa mendengarkan dan mengabulkan doa-doa hamba-Nya.
2. Ayah dan Mama tercinta, Bapak Solihin dan Ibu Ismi Narti, yang dengan penuh kasih sayang telah memberikan dukungan moral dan material, serta doa yang tak pernah henti bagi kesuksesan penulis. Doa tulus dari orang tua adalah kekuatan terbesar dalam setiap langkah kehidupan. Terimalah persembahan ini sebagai wujud bakti dan cinta penulis.
3. Para dosen dan pendidik di Universitas Negeri Jakarta, yang telah membekali penulis dengan ilmu dan wawasan yang berharga. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Ibu Nadya Fadillah Fidyhallah, S.Pd., M.Pd., Ibu Rizka Zakiah, M.Pd., dan Ibu Ika Febrilia, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berarti dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Sahabat dan rekan seperjuangan yang kebersamaan penulis sejak awal masuk dunia perkuliahan, Ayu Tri Lestari, Jasmin Az-zahra, Ulfatunnisa, dan Melanie Azalia Chairunnisa. Terima kasih atas dukungan, semangat,

kerja sama, dan kebersamaan yang telah terjalin. Segala tawa, tangis, dan kenangan manis dalam perjuangan ini akan menjadi bagian berharga dalam perjalanan hidup penulis.

5. Sahabat penulis, Dini Dwi Anjani, Dikha Ayu Nurhidayati, Dian Utami Handayani yang tetap hadir memberikan dukungan moral, semangat, dan doa dalam berbagai bentuk, meskipun tidak terlibat langsung dalam dunia perkuliahan penulis. Terima kasih atas kebersamaan dan kehadiran kalian yang sangat berarti dalam perjalanan ini.
6. Diri saya sendiri, atas ketabahan, usaha, dan semangat yang tidak pernah padam dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah bertahan dalam masa-masa sulit, terus belajar dari kegagalan, dan tidak menyerah hingga tujuan ini tercapai.

Sebagai penutup, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Jakarta, 11 Juni 2025

Penyusun,

Arista Ivana Putri

NIM. 1707621029

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoretis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 <i>Willingness to Buy</i>	15
2.1.2 <i>Animosity</i>	18
2.1.3 <i>Consumer Ethnocentrism</i>	22
2.1.4 <i>Product Judgement</i>	26
2.2 Penelitian yang Relevan	29
2.3 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1 <i>Animosity</i> terhadap <i>Product Judgement</i>	38
2.3.2 <i>Animosity</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i>	39

2.3.3 Consumer Ethnocentrism terhadap Product Judgement.....	41
2.3.4 Consumer Ethnocentrism terhadap Willingness to Buy.....	41
2.3.5 Product Judgement terhadap Willingness to Buy	42
2.3.6 Product Judgement Memediasi Hubungan Antara Animosity dan Willingness to Buy	43
2.3.7 Product Judgement Memediasi Hubungan Antara Consumer Ethnocentrism dan Willingness to Buy	44
2.4 Kerangka Penelitian dan Perumusan Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.2 Desain Penelitian.....	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	48
3.4 Pengembangan Instrumen	49
3.4.1 Willingness to Buy (Y).....	50
3.4.2 Animosity (X1).....	51
3.4.3 Consumer Ethnocentrism (X2)	52
3.4.4 Product Judgement (Z)	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Teknik Analisis Data	56
3.6.1 Uji Validitas.....	56
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.6.3 Evaluasi Kesesuaian Model	57
3.6.4 Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Data	61
4.1.1 Profil Responden.....	61
4.1.2 Analisis Deskriptif	65
4.2 Hasil.....	71
4.2.1 Uji Validitas.....	71
4.2.2 Uji Reliabilitas	73
4.2.3 Uji Kesesuaian Model.....	74
4.2.4 Uji Hipotesis	77

4.3 Pembahasan	78
4.3.1 Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Product Judgement</i>	78
4.3.2 Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i>	78
4.3.3 Pengaruh <i>Consumer Ethnocentrism</i> terhadap <i>Product Judgement</i>	79
4.3.4 Pengaruh <i>Consumer Ethnocentrism</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i>	80
4.3.5 Pengaruh <i>Product Judgement</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i>	80
4.3.6 Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i> melalui <i>Product Judgement</i>	81
4.3.7 Pengaruh <i>Consumer Ethnocentrism</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i> melalui <i>Product Judgement</i>	82
BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Implikasi	85
5.2.1 Implikasi Teoretis	85
5.2.2 Implikasi Praktis	85
5.3 Keterbatasan Penelitian	87
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	88
5.4.1 Bagi Perusahaan (KFC Indonesia).....	89
5.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	112

Intelligentia - Dignitas