

CITRA BUAH LOKAL DAN ETNOSENTRISME KONSUMEN DI DESA DAN KOTA

(Domestic Fruits Image and Ethnocentrism for Rural and Urban Consumer)

Lilik Noor Yuliati, Istiqlaliyah Muflikhati

Dep. Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB

ABSTRAK

Penelitian tentang perilaku pembelian sudah banyak dilakukan. Terdapat banyak perspektif tentang studi ini. Pada studi ini membahas tentang image produk terkait dengan citra buah lokal dan etnosentrisme. Globalisasi menyebabkan citra negara dan etnosentrisme berperan dalam perilaku pembelian buah. Konsumen etnosentrisme menolak menggunakan produk dan jasa dari negara asing karena loyal terhadap negaranya. Sementara citra negara membentuk citra produk merupakan persepsi kualitas produk dari negara tertentu berdasarkan persepsi yang dibentuk sebelumnya. Tujuan penelitian ini adalah membandingkan citra buah lokal dan etnosentrisme konsumen yang di desa dan kota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen kota mempersepsikan atribut kualitas buah lokal lebih rendah daripada konsumen desa, kecuali atribut rasa. Sebaliknya konsumen kota memiliki etnosentrisme lebih tinggi daripada konsumen desa.

Kata kunci: Citra buah lokal, etnosentrisme.

ABSTRACT

Studies on purchasing behavior of local consumers towards import fruits have getting more attention from researchers nowadays. There are many perspectives of study in this area. In this study discusses the product image associated with the image of the domestic fruit and ethnocentrism. Globalization causes the image of the country and ethnocentrism plays a role in purchasing behavior of fruit. Ethnocentrism consumer refused to use products and services from foreign countries because they loyal to their country. While country image form product image that is perception consumers of quality products from a particular country, based on their prior perceptions. The objective of this study is to compare between domestic fruits image and ethnocentrism consumer in rural and urban area. The results showed that urban consumers perceive domestic fruit quality attributes are lower than rural consumers, except the taste. Instead urban consumers ethnocentrism value is higher than rural consumers.

Keywords: Domestic fruits image, ethnocentrism.