

# **Hubungan Patriotisme Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Lokal Pada Mahasiswa Pekerja Universitas Mercu Buana**

**Amelia Maulin Rahayu**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan patriotisme terhadap keputusan pembelian fashion lokal pada mahasiswa pekerja universitas Mercu Buana. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jumlah responden penelitian ini sebanyak 391 mahasiswa pekerja universitas Mercu Buana yang berada di Meruya Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan probability sampling (random sampling) dengan metode purposive sampling. Patriotisme diukur menggunakan skala yang terdiri dari 10 item dan untuk Keputusan Pembelian diukur menggunakan skala yang terdiri dari 14 item. Penelitian ini menggunakan korelasi person untuk mengetahui hubungan patriotisme dengan keputusan pembelian. Dengan nilai  $r$  0,560 dengan signifikan sebesar 0,000 yang berarti patriotisme memiliki hubungan dengan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Patriotisme, Keputusan Pembelian



***Patriotism Relationship With Local Fashion Buying Decision On  
University Worker Students In Mercu Buana***

***By:***

***Amelia Maulin Rahayu***

***46114010055***

***ABSTRACT***

*This research was conducted to find out whether there is a relationship of patriotism to the decision of buying local fashion at the university student of Mercu Buana University. The approach taken in this research is quantitative approach. The number of respondents of this study were 391 students of Mercu Buana University workers who are in Meruya West Jakarta. The sampling technique was conducted using probability sampling (random sampling) with purposive sampling method. Patriotism is measured using a scale of 10 items and for Purchase Decision is measured using a scale of 14 items. This research uses correlation person to know the relationship of patriotism with decision of purchase. With a value of  $r$  0.560 with significant 0.000 which means patriotism has a relationship with the purchase decision.*

*Kata Kunci : Patriotisme, Keputusan Pembelian*