

Pengaruh logo "Aku Cinta Indonesia" terhadap intensi pembelian kategori produk High-Tech dan Low-Tech buatan Indonesia = The effect of logo "I Love Indonesia" in the category of High-Tech and Low-Tech local product made in Indonesia / Sandhy Alief Fitriawan

Sandhy Alief Fitriawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329641&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Tesis ini membahas bagaimana pengaruh logo Aku Cinta Indonesia dalam kategori produk high-tech dan low-tech produksi lokal dengan perbandingan kondisi ACI, non-ACI dan Foreign. Penelitian ini adalah penelitian eksperimen dengan desain faktorial 2x3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada kategori produk high-tech, ACI memberikan pengaruh positif yang signifikan pada sikap terhadap produk sedangkan pada intensi pembelian pengaruh tersebut tidak selalu signifikan. Faktor lain yang mempengaruhi intensi pembelian pada kategori high-techi adalah pengetahuan konsumen mengenai produk lokal. Pada kategori produk low-tech, ACI tidak memberikan pengaruh yang signifikan, tetapi tetap menunjukkan adanya sikap terhadap produk yang lebih baik. Faktor lain yang mempengaruhi intensi pembelian pada kategori high-tech adalah pengalaman konsumen dalam menggunakan produk lokal.

---

**ABSTRACT**

This thesis discusses how the influence of the logo I Love Indonesia in the category of high-tech and low-tech local production to compare the ACI, non-ACI and Foreign. The study was a 2x3 factorial experimental design. The results of this study showed that the category of high-tech products, ACI provides a significant positive effect on attitudes toward the product, while the effect of purchase intentions are not always significant. Another factor affecting the purchase intention in the category of high-techi is consumer knowledge about the local products. In the category of low-tech products, ACI does not have a significant influence, but still shows the attitude terhadap better product. Another factor affecting the purchase intention in the category of high-tech is the consumer experience in using local produce.