

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KEWARGANEGARAAN GLOBAL DAN
BUDAYA KONSUMEN GLOBAL: PENGARUH MEDIASI Kecerdasan
BUDAYA DAN MODERASI RELIGIUSITAS

Nama : Octavia Elvana Indra Putri

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Pembimbing:

Aluisius Hery Pratono, S.E., M.D.M., Ph.D.

Firman Rosjadi Djoemadi, S.E., M.T.

ABSTRAK

Studi ini mencoba untuk menguji hubungan kompleks antara budaya konsumen global dan kewarganegaraan global dengan melibatkan efek mediasi dari perilaku kecerdasan budaya dan efek moderasi religiusitas. Model persamaan struktural dikembangkan untuk mengusulkan beberapa hipotesis dengan dukungan dari literatur sebelumnya. Analisis empiris melibatkan survei online di tingkat individu, yang secara sukarela berkontribusi untuk merespons survei. Mereka mewakili kaum muda, yang mewakili berbagai tempat di Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa budaya konsumen global memiliki dampak positif pada kewarganegaraan global dengan dukungan mediasi dari perilaku kecerdasan budaya. Selain itu, efek moderasi dari religiusitas menunjukkan bahwa individu dengan tingkat religiusitas tinggi menunjukkan tingkat kewarganegaraan global yang tinggi. Namun, meningkatnya tingkat budaya konsumen global untuk individu seperti itu memiliki dampak yang lebih kecil pada kewarganegaraan global daripada individu yang memiliki tingkat religiusitas rendah. Studi ini memperluas diskusi tentang budaya konsumen global, yang menjadi perhatian utama bagi bisnis internasional.

Kata kunci: budaya konsumen global, kewarganegaraan global, kecerdasan budaya, religiusitas.

*RELATIONSHIP ANALYSIS BETWEEN GLOBAL CITIZENSHIP AND GLOBAL
CONSUMER CULTURE: MEDIATION EFFECT OF CULTURAL INTELLIGENCE
AND MODERATION OF RELIGIOSITY*

Name : Octavia Elvana Indra Putri

Study Programme : Economics

Contributor:

Aluisius Hery Pratono, S.E., M.D.M., Ph.D.

Firman Rosjadi Djoemadi, S.E., M.T.

ABSTRACT

This study attempt to examine the complex relationship between global consumer culture and global citizenship by involving the mediating effect of cultural intelligence behavior and the moderating effect of religiosity. The structural equation model was developed to propose some hypothesis with support from previous literature. The empirical analysis involved online survey at the individual level, who voluntarily contributed to respond the survey. They represent young people, who represent various places in Indonesia. The results indicate that global consumer culture has a positive impact on global citizenship with mediating support from cultural intelligence behavior. In addition, the moderating effect of religiosity shows that the individual with high level of religiosity demonstrates high level of global citizenship. However, increasing level of global consumer culture for such individual has less impact on global citizenship than individual who has low level of religiosity. This study extends the discussion on global customer culture, which becomes a main concern to international business.

Keywords : global consumer culture, global citizenship, cultural intelligence, religiousness.