

Pengaruh konsumerisme pencarian status diri dan consumer decision making style terhadap brand status mode busana asal asia dan barat =
The relationship of consumerism brand status and consumer decision making style on brand status in asia and west country origin brand

Soraya Nurfitria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20412365&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh konsumerisme, status consumption, dan consumer decision-making style terhadap brand status yang dimiliki oleh merek mode busana asal Asia dan barat pada dewasa muda.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian menyarankan bahwa pemasar mode busana perlu memosisikan mereknya ke merek yang berstatus sosial, peritel lain harus membangun merek yang memiliki status tinggi untuk dapat meningkatkan sales, dan para akademisi perlu lebih mendalami hal-hal yang berkaitan dengan konsumerisme dan pengaruhnya terhadap pembangunan suatu merek.

.....

This research discusses the relationship of consumerism, status consumption, and consumer decision-making style of the brand status owned by fashion brands Asia and West country in young adults. This research is quantitative and has a descriptive research design. The results of the study suggest that marketers need to position its brand fashion brand to social status, other retailers have to build a brand that has a high status to be able to increase sales, and academics need to go deeper in matters related to consumerism and its effect on the development of a brand.