

Pengaruh Moderasi Etnosentrisme Konsumen terhadap Loyalitas Merek Batik di Indonesia = The Influence of Brand Equity and Consumer Ethnocentrism in Forming Brand Loyalty of Batik Clothing in Indonesia.

Georgian Marcello, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499975&lokasi=lokal>

Abstrak

Batik sebagai pakaian kasual berasal dari budaya kuat yang menyerupai rasa hormat yang tinggi dari pengguna di masa lalu. perlahan-lahan, budaya bergeser dengan cara yang baik, mempertahankan batik sebagai nilai bangsa dan simbol budaya tinggi. Meskipun perilaku pembelian berulang pada merek batik bersaing dengan barang mode impor bermotif lain di industri. Penting untuk mengakui variabel yang mempengaruhi yang dapat menghasilkan loyalitas perilaku terhadap merek batik.

.....Batik as a casual clothing is derived from strong culture that resembles high respect of the user in the past times. slowly, the culture shifted in a good way, sustaining batik as a value of the nation and a symbol of high culture. Although the behavior of repeat purchase in batik brands is competing with other patterned imported fashion item in the industry. It is important to acknowledge the affecting variables that could generate a behavioral loyalty to a batik brand.