

Analisis Gaya Hidup Konsumen dan Etnosentrisme terhadap Perpektif Kualitas dan Implikasinya terhadap Niat Membeli Produk Budaya

Title	Analisis Gaya Hidup Konsumen dan Etnosentrisme terhadap Perpektif Kualitas dan Implikasinya terhadap Niat Membeli Produk Budaya
Author Order	3 of 3
Accreditation	
Abstract	<p>Penerapan Asean Financial Network sebagai pasar bebas di kawasan Asia Tenggara pada penyerahan tahun 2015 memungkinkan tanpa masalah mempromosikan barang dan jasa ke lokasi internasional lainnya di kawasan Asia Tenggara agar persaingan semakin ketat. Hambatan akan berkurang atau mungkin tidak ada dan membuka pasar untuk industri dalam negeri yang berkembang. Pengertian terbaik adalah persepsi klien terhadap atribut-atribut yang dianggap penting. Penelitian ini akan mengembangkan model etnosentrisme pembeli, identitas sosial, persepsi kepuasan konsumen membeli barang dagangan etnik dengan variabel intervensi sikap pembeli. Hal ini terlihat pada pola penelitian pembeli barang dagangan batik Banyumas. Sampel penelitian sebanyak 150 pelanggan pelanggan batik Banyumas yang diambil secara purposive sampling dengan pengumpulan data kuesioner. Penelitian dilakukan dengan uji statistik dengan SPSS. Hasil secara simultan variabel cara hidup, etnosentrisme klien dan persepsi kualitas tinggi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap produktivitas kerja. Hasil parsial yaitu variabel cara hidup memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap niat beli, variabel etnosentrisme konsumen memiliki dampak ukuran penuh terhadap niat beli, variabel gagasan besar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian pelanggan tujuan.</p>
Publisher Name	Universitas Amikom Purwokerto
Publish Date	2022-11-22
Publish Year	2022
Doi	DOI: 10.35671/probisnis.v15i2.1980
Citation	
Source	Probisnis
Source Issue	Vol 15, No 2: Agustus (2022)
Source Page	137-148
Url	https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/probisnis/article/view/1980/702
Author	Dr INTAN SHAFERI, M.Si