

PENGARUH *CONSUMER ANIMOSITY* DAN *CONSUMER ETHNOCENTRISM* TERHADAP *WILLINGNESS TO BUY* YANG DIMEDIASI OLEH *PRODUCT JUDGEMENT*: STUDI PADA PRODUK BATIK BUATAN TIONGKOK

MELY AMBARWATI

8215145704



Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***INFLUENCE OF CONSUMER ANIMOSITY AND CONSUMER
ETHNOCENTRISM ON WILLINGNESS TO BUY WITH THE
MEDIATING ROLE OF PRODUCTS JUDGEMENTS: STUDY
ON BATIK PRODUCTS MADE BY TIONGKOK***

MELY AMBARWATI

8215145704



***Thesis is Written as One of the Requirements for Getting Bachelor Degree of
Economics on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019