

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang mungkin mempengaruhi niat pembelian *sneakers* tiruan pada konsumen di Pulau Jawa. *Theory of Planned Behavior* digunakan sebagai dasar teori pada penelitian ini. Objek penelitian ini adalah merek *sneakers* yang banyak ditiru di Indonesia. Penelitian ini menganalisis pengaruh sikap terhadap perilaku pembelian *sneakers* tiruan, norma subjektif, kontrol berperilaku yang dipersepsikan, dan kesadaran merek pada niat pembelian *sneakers* tiruan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sejumlah 334 kuesioner valid didapatkan dari 441 responden. Data tersebut diolah menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku pembelian *sneakers* tiruan, norma subjektif, dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan pada niat pembelian *sneakers* tiruan. Namun, kontrol berperilaku yang dipersepsikan tidak berpengaruh signifikan pada niat pembelian *sneakers* tiruan.

Kata kunci: *Theory of Planned Behavior*, sikap, norma subjektif, kontrol berperilaku yang dipersepsikan, kesadaran merek, tiruan, sneakers.

Abstract

This research aims to analyze factors that might affect purchase intention of counterfeit sneakers on consumers who live in Java. Theory of Planned Behavior is used as a basis of this research. The object of this research are sneakers brand that widely counterfeited in Indonesia. This research analyze the influence of attitude toward purchasing counterfeit sneakers, subjective norms, perceived behavioral control, and brand consciousness on purchase intention of counterfeit sneakers.

This research is a quantitative research. The data was collected using probability sampling method with purposive sampling technique. A total of 334 valid questionnaires were collected from 441 respondents. The data was processed using multiple linear regression method with IBM SPSS 23 software.

The result of this study shows that attitude toward purchasing counterfeit sneakers, subjective norms, and brand consciousness have positive influence on purchase intention of counterfeit sneakers. However, perceived behavioral control has no effect on purchase intention.

Keywords: Theory of Planned Behavior, attitude, subjective norms, perceived behavioral control, brand consciousness, counterfeit, sneakers.