UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PEMBELIAN SNEAKERS TIRUAN DI PULAU JAWA
MUHAMMAD RIZKI A, Rina Herani, S.E., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

____ (2008, Agustus 28). Polda DIY Sita Ribuan Barang Merk Adidas Palsu. *Kompas*. Diakses dari https://regional.kompas.com/read2008/08/28/20255880/Polda.DIY.Sita.Ribuan.Barang.Merk.Adidas.Palsu,.

Adelin, F. (2015, Oktober 27). Ini Perbedaan KW Grade Ori, KW Super, KW 1 Kamu Harus Tahu. *Brilio*. Diakses dari https://www.brilio.net/news/ini-perbedaan-kw-grade-ori-kw-super-kw-1-kamu-harus-tahu-151027z.html.

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Alam, S.S., & Sayuti, N.M. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20.

Amelia R., M. (2016, September 30). Polda Metro Sita Ribuan Sepatu Nike Palsu Buatan China di Penjaringan". *Detik News*. Diakses dari https://news.detik.com/berita/3310619/polda-metro-sita-ribuan-sepatu-nike-palsu-buatan-china-di-penjaringan.

Ariyanti, F. (2015, Februari 25). Berapa Kerugian RI dari Peredaran Produk Palsu. *Liputan 6*. Diakses dari https://www.liputan6.com/bisnis/read/2181061/berapa-kerugian-ri-dari-peredaran-produk-palsu.

Aulawi. (2017, April 4). Dari Harganya Sangat Murah Sampai Tampilannya yang Sama: Inilah 5 Alasan Produk KW di Indonesia Laku Keras. *Inovasee*. Diakses dari https://www.inovasee.com/alasan-produk-kw-di-indonesia-laku-keras-21628/.

Awan, H.M., Siddiquei, A.N., & Haider, Z. (2015). Factors Affecting Halal Purchase Intention – Evidence from Pakistan's Halal Food Sector. *Management Research Review*, 38(6), 640-660.

Bernadus, A. (2017, November 15). Panduan Mengendus Sneakers Palsu.. *VICE*. Diakses dari https://www.vice.com/id_id/article/43n8yd/panduan-mengendus-sneaker-palsu.

Bhatia, V. (2018). Examining Consumers' Attitude Towards Purchase of Counterfeit Fashion Products. *Journal of Indian Business Research*, 10(2), 193-207.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PEMBELIAN SNEAKERS TIRUAN DI PULAU JAWA
MUHAMMAD RIZKI A, Rina Herani, S.E., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Chiu, W., & Leng, H.K. (2016). Consumers' Intention to Purchase Counterfeit Sporting Goods in Singapore and Taiwan. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(1), 23-36.

Debora, Y. (2017, Februari 23). Membeli dan Membenci Barang Palsu. *Tirto*. Diakses dari https://tirto.id/membeli-dan-membenci-barang-palsu-cjxl.

Efendi, J., & Baidun, A. (2015). Faktor-Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan. *Journal of Psychology*, 20(2), 287-303.

Farah, M.F. (2017). Application of the Theory of Planned Behavior to Customer Switching Intentions in the Context of Bank Consolidations. *International Journal of Bank Marketing*, 35(1), 147-172.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gopi, M., & Ramayah, T. (2007). Applicability of Theory of Planned Behavior in Predicting Intention to Trade Online: Some Evidence from a Developing Country. *International Journal of Emerging Markets*, 2(2), 348-360.

Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th international ed.). Harlow, Essex: Pearson Education.

Handayani, K.S. (2019, Januari 12). Inilah 5 Pulau Terbesar di Indonesia. *Indonesiana*. Diakses dari https://www.indonesiana.id/read/130520/inilah-5-pulau-terbesar-di-indonesia

Hasibuan, L. (2018, Februari 20). Peminat Sneakers di Indonesia Naik 70%. *CNBC Indonesia*. Diakses dari https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180220131649-33-4849/peminat-sneakers-di-indonesia-naik-70.

Hendrian & Patiro, S.P.S. (2019). Faktor-faktor Psikologis Penentu Niat Ibu-Ibu Rumah Tangga di Indonesia untuk Membeli Produk Tiruan/Palsu. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 88-108.

Jain, S., Khan, M.N., & Mishra, S. (2017). Understanding Consumer Behavior Regarding Luxury Fashion Goods in India Based on the Theory of Planned Behavior. *Journal of Asia Business Studies*, 11(1), 4-21.

Jalilvand, M.R., & Samiei, N. (2012). The Impact of Electronic Word of Mouth on a Tourism Destination Choice: Testing the Theory of Planned Behavior (TPB). *Internet Research*, 22(5), 591-612.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PEMBELIAN SNEAKERS TIRUAN DI PULAU JAWA
MUHAMMAD RIZKI A, Rina Herani, S.E., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Jiang, L., & Shan, J. (2016). Counterfeits or Shanzai? The Role of Face and Brand Consciousness in Luxury Copycat Consumption. *Psychological Reports 2016*, 119(1), 181-199.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014) *Principles of Marketing* (15th international ed.). New York: Pearson Education.

Momongan, S. (2018, April 16). Tahun Lalu Penjualan Sepatu Nike Tembus Rp 284,85 Triliun, Naik 6%. *Kumparan*. Diakses dari https://kumparan.com/@kumparanbisnis/tahun-lalu-penjualan-sepatu-nike-tembus-rp-284-85-triliun-naik-6.

OECD/EUIPO. (2019). *Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods* (Illicit Trade ed.). Paris: OECD Publishing. Diakses dari https://doi.org/10.1787/g2g9f533-en.

Phau, I., Teah, M., dan Lee, A. (2009). Targeting Buyers of Counterfeits of Luxury Brands: A Study on Attitudes of Singaporean Consumers. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 17(1), 3-15.

Priporas, C.V., Kamenidou, I., Kapoulas, A., & Papadopoulou, F.M. (2015). Counterfeit Purchase Typologies During an Economic Crisis. *European Business Review*, 27(1), 2-16.

Riyandi, S. (2015, Maret 30). Indonesia Surga Barang Palsu. *Merdeka*. 18 Agustus 2019. https://www.merdeka.com/uang/indonesia-surga-barang-palsu.html.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). West Sussex: John Wiley & Sons.

Sari, E,V. (2017, Juni 8). Ketika Bisnis Barang Bermerk Tergerus Produk Jiplakan. *CNN Indonesia*. Diakses dari https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170608094040-92-220253/ketika-bisnis-barang-bermerk-tergerus-produk-jiplakan

Wahyuningsih, E. (2016, November 30). Mengapa Orang Suka Produk Imitasi. *Dosen Perbanas*. Diakses dari https://dosen.perbanas.id/mengapa-orang-suka-produk-imitasi/.

Yani. (2018, Mei 23). Polisi Musnahkan 2.000 Pasang Sepatu Palsu. *Celebes Online*. Diakses dari https://celebesonline.com/2018/05/23/95586/polisi-musnahkan-2-000-pasang-sepatu-palsu/.

Yulistara, A. (2018, Mei 21). Studi: Wanita Kekinian Pilih Beli Sneakers Dibanding Heels. *CNBC Indonesia*. Diakses dari