



ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK FESYEN TIRUAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara konsumsi status, integritas, kesadaran nilai, resiko sosial, resiko kinerja, dan resiko penuntutan terhadap sikap konsumen terhadap produk fesyen tiruan, dan pengaruh sikap konsumen terhadap niat membeli produk fesyen tiruan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, dengan desain kuesioner yang dirancang menggunakan skala numerik dengan skala 1-5, dan dilakukan di Indonesia. Teknik statistik SPSS digunakan untuk menganalisis data. Populasi penelitian ini adalah masyarakat umum di Indonesia yang pernah berbelanja produk fesyen tiruan, dimana penelitian ini mengambil sampel sebanyak 304 orang.

Penelitian ini hanya merujuk pada produk fesyen tiruan, dan temuan dalam penelitian ini adalah bahwa konsumsi status dan kesadaran nilai memiliki pengaruh positif terhadap sikap pembelian produk fesyen tiruan. Sedangkan integritas, resiko sosial, resiko kinerja, dan resiko penuntutan memiliki pengaruh negatif terhadap sikap pembelian produk fesyen tiruan. Terakhir adalah sikap pembelian produk fesyen tiruan memiliki pengaruh positif terhadap niat membeli produk fesyen tiruan.

Konteks budaya lain dan kategori produk harus diselidiki di masa depan. Implikasi Praktis penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang sikap konsumen di Indonesia terhadap pemalsuan produk fesyen. Temuan penelitian dapat digunakan untuk merumuskan strategi untuk akademisi, praktisi, dan lebih penting, para pembuat kebijakan untuk membantu memberantas kegiatan pemalsuan. Studi sebelumnya banyak dibuat pada pemalsuan dan pembajakan musik, media, dan lainnya, sedangkan penelitian ini difokuskan secara eksklusif pada produk fesyen.

Kata Kunci : Konsumsi status, Integritas, Kesadaran nilai, Resiko sosial, Resiko kinerja, dan Resiko penuntutan, Sikap konsumen terhadap produk fesyen tiruan, Niat membeli produk fesyen tiruan.



ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE CONSUMER INTENTIONS TO BUY FASHION COUNTERFEIT PRODUCTS

This study is a purpose of analyzing consumption status, integrity, value consciousness, social risk, performance risk, and the risk of prosecution of consumer attitudes towards fashion counterfeit products, and influence consumer attitudes towards fashion counterfeit intention of buying a product.

This research is descriptive, with the design of questionnaires designed using a numerical scale with a scale of 1-5, and carried out in Indonesia. SPSS statistical techniques used to analyze the data. The population of this research is the general public in Indonesia who ever shopped fashion counterfeit products, where this study took a sample of 304 people.

This study refers only to fashion counterfeit products, and the findings in this study is that the consumption status and awareness of the value of having a positive influence on the attitude of purchase fashion counterfeit products. While integrity, social risk, performance risk, and the risk of prosecution have a negative effect on the attitude of purchase fashion counterfeit products. The latter is the attitude of purchase fashion counterfeit products has a positive influence on the intention to purchase fashion counterfeit products.

Other cultural context and product category should be investigated in the future. Practical implications of this study provide a deep understanding of consumer attitudes in Indonesia against product counterfeiting fashion. The research findings can be used to formulate a strategy for academics, practitioners, and more importantly, the policy makers to help combat counterfeiting activities. Many previous studies made on counterfeiting and piracy of music, media, and others, while this study focused exclusively on fashion products.

Keywords: Consumption status, integrity, awareness of values, social risk, performance risk, risk of prosecution, consumer attitudes toward fashion counterfeit products, intention to purchase fashion counterfeit products.