

## INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk membeli produk knalpot tiruan di Indonesia dengan menggunakan *Theory Of Planned Behavior*. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh sikap terhadap perilaku pembelian produk knalpot tiruan, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan dan kesadaran merek terhadap niat beli produk knalpot tiruan.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar secara daring melalui media sosial dan aplikasi *instant messaging* seperti *Whatsapp* dan *Blackberry Messenger*. Responden penelitian ini berjumlah 290 individu. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah sikap terhadap perilaku pembelian produk knalpot tiruan dan norma subyektif memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat beli produk knalpot tiruan. Kontrol perilaku yang dirasakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli produk knalpot tiruan. Kesadaran merek memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat beli produk knalpot tiruan.

**Kata kunci** : Peniruan, Knalpot, *Theory of Planned Behavior*, Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Kesadaran Merek,

## ***ABSTRACT***

The purpose of this study is to analyze the factors that influence consumer intentions to purchase counterfeit exhaust products in Indonesia by using the Theory of Planned Behavior. This study will analyze the influence of attitude toward the behavior, subjective norm, perceived behavioral control and brand consciousness toward purchase intention of counterfeit exhaust products.

This study uses a survey method. The data used is obtained from daring questionnaires distributed by using social media and instant messaging such as whatsapp and blackberry messenger. The respondent of this study are 290 individu. The analytical methods used are quantitative by using multiple regression analysis.

The findings of this study are as follow that attitude toward behavior and subjective norm have a positive and significant effect toward the intention to purchase counterfeit exhaust products. Perceived behavioral control have no significant effect toward the intention to purchase counterfeit exhaust products. Brand consciousness have a negative and significant effect toward the intention to purchase counterfeit exhaust products.

**Keywords:** Counterfeiting, Exhaust System, Theory of Planned Behavior, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Brand consciousness