

ABSTRAK

PENGARUH SIKAP KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK IMITASI, NORMA SUBYEKTIF YANG MENDUKUNG DALAM PEMBELIAN PRODUK IMITASI DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU PEMBELIAN PRODUK IMITASI TERHADAP NIAT BELI PRODUK IMITASI DENGAN PERSEPSI PENDETEKSI PRODUK IMITASI SEBAGAI PEMODERASI

(iv + 108 Halaman + lampiran, 31 Tabel, 10 Gambar)

Penelitian ini meneliti fenomena niat beli produk imitasi. Permasalahan yang dihadapi negara Indonesia dalam peredaran produk imitasi adalah adanya peningkatan jumlah kerugian yang dialami oleh negara Indonesia akibat peredaran produk imitasi yang meningkat dari Rp 65 triliun di tahun 2016 mencapai Rp 202 triliun pada tahun 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan: 1. pengaruh sikap konsumen terhadap pembelian produk imitasi, norma subyektif yang mendukung dalam pembelian produk imitasi, persepsi kontrol perilaku pembelian produk imitasi dan persepsi pendeteksi produk imitasi terhadap niat beli produk imitasi 2. pengaruh persepsi pendeteksi produk imitasi melemahkan pengaruh sikap konsumen terhadap pembelian produk imitasi terhadap niat beli produk imitasi. Metode survey digunakan di dalam penelitian ini. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan instrument kuesioner dengan menyebarkan kepada 250 responden yang amiliar dengan produk imitasi dan pernah membeli/menggunakan barang imitasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *convenience sampling*. Pendekatan yang digunakan adalah *Partial least Square-Structural Equation Modeling* dengan menggunakan program *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen dalam pembelian produk imitasi berpengaruh positif terhadap niat beli produk imitasi, norma subyektif yang mendukung dalam pembelian produk imitasi berpengaruh positif terhadap niat beli produk imitasi dan persepsi kontrol dalam perilaku pembelian produk imitasi berpengaruh positif terhadap niat beli produk imitasi. Persepsi pendeteksi produk imitasi tidak berpengaruh terhadap niat beli produk imitasi. Persepsi pendeteksi produk imitasi tidak melemahkan pengaruh sikap positif dalam pembelian produk imitasi dan norma subyektif yang mendukung dalam pembelian produk imitasi terhadap niat beli produk imitasi.

Kata kunci : sikap konsumen terhadap pembelian produk imitasi, norma subyektif yang mendukung dalam pembelian produk imitasi, persepsi kontrol perilaku pembelian produk imitasi, persepsi pendeteksi produk imitasi, niat beli produk imitasi

Referensi: 53 (1991-2022)

ABSTRACT

THE EFFECT OF CONSUMER ATTITUDE TOWARDS IMITATION PURCHASE, SUBJECTIVE NORM THAT SUPPORTS IMITATION PRODUCT PURCHASE AND PERCEPTION OF IMITATION PURCHASE BEHAVIOR CONTROL ON IMITATION PRODUCT PURCHASE INTENTION WITH PERCEPTION OF IMITATION PRODUCT DETECTORS AS MODERATION

(iv + 108 pages + appendix, 31 tables, 10 pictures)

This research examines the phenomenon of purchase intention of imitation products. The problem faced by the Indonesian state in the circulation of imitation products is that there is an increase in the number of losses experienced by the Indonesian state due to the circulation of imitation products which has increased from IDR 65 trillion in 2016 to IDR 202 trillion in 2021. The purpose of this research is to describe: 1. the influence of consumer attitudes towards purchasing imitation products, subjective norms that support the purchase of imitation products, perceptions of control over purchasing behavior of imitation products and perceptions of imitation product detectors on the purchase intention of imitation products buy imitation products. Survey method used in this research. Data collection was carried out using a questionnaire instrument by distributing it to 250 respondents who are familiar with imitation products and have bought/used imitation goods. The sampling technique was carried out by convenience sampling. The approach used is Partial Least Square-Structural Equation Modeling using the SmartPLS 3.0 program. The results showed that consumer attitudes in purchasing imitation products have a positive effect on the intention to buy imitation products, subjective norms that support the purchase of imitation products have a positive effect on the purchase intention of imitation products and perceived control in purchasing behavior of imitation products has a positive effect on the intention to buy imitation products. The perception of imitation product detectors has no effect on the intention to buy imitation products. Perceptions of imitation product detectors do not weaken the influence of positive attitudes in purchasing imitation products and subjective norms that support imitation product purchases on the intention to buy imitation products.

Keywords: consumer attitudes towards buying imitation products, subjective norms that support buying imitation products, perceptions of control over imitation product buying behavior, perceptions of imitation product detectors, intention to buy imitation products

Reference: 53 (1991-2022)