

Pengaruh faktor sosial dan personal terhadap sikap dan keinginan konsumen untuk membeli barang fashion tiruan (counterfeited fashion goods)

Desyra Sukma Dewanthi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=126654&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini tindakan pemalsuan semakin marak di Indonesia. Selain faktor kesejahteraan, ada beberapa faktor sosial dan personal yang turut mempengaruhi sikap konsumen terhadap barang fashion tiruan. Faktor sosial dan personal tersebut adalah normative susceptibility, value consciousness, collectivism, dan novelty seeking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor sosial dan personal yang dominan mempengaruhi sikap konsumen di Indonesia terhadap barang fashion tiruan yang kemudian juga mempengaruhi keinginan mereka untuk membeli barang tersebut. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk membandingkan sikap buyer maupun non-buyer terhadap barang fashion tiruan. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner kepada 126 orang responden di beberapa pusat perbelanjaan di Jakarta. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan teknik descriptive statistic analysis, factor analysis, independent sample t-test dan regression analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya faktor normative susceptibility dan collectivism yang memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen pada barang fashion tiruan. Hal tersebut pada akhirnya akan mengarah kepada keinginan konsumen untuk membeli barang fashion tiruan.