

Pengaruh faktor sosial, kepribadian, dan demografi terhadap sikap serta intensi pembelian batik printing = The effects of social, personality, and demographic factors on attitude towards counterfeiting and purchase intention of batik printing

Anya Safira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347184&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap serta intensi pembelian konsumen untuk batik printing sebagai barang tiruan (counterfeit). Lebih rincinya, penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan pengaruh dari faktor sosial (informative susceptibility, normative susceptibility), kepribadian (value consciousness, integritas, personal gratification), dan demografi (jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pengeluaran) terhadap sikap dan intensi pembelian batik printing.

Pengolahan data dengan Structural Equation Modelling (SEM) serta regresi berganda yang dilakukan terhadap 257 responden menemukan bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen adalah normative susceptibility, sedangkan variabel-variabel lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Penelitian ini juga menemukan bahwa sikap terhadap pemalsuan secara signifikan mempengaruhi intensi pembelian batik printing. Implikasi dan berbagai saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini akan didiskusikan pada bagian akhir penelitian.

.....This research aims to study the attitude and purchase intention of Indonesian consumers for batik printing as a counterfeit product. More specifically, the research attempts to investigate the effects of social factors (informative susceptibility, normative susceptibility), personality factors (value consciousness, integrity, personal gratification), and demographic factors (gender, age, education, expenditure) on attitude towards counterfeiting and purchase intention of batik printing.

The data analysis of 257 respondents using Structural Equation Modelling (SEM) and multiple regression shows that the only variable that has a significant effect on attitude towards counterfeiting is normative susceptibility, whereas the other variables do not have a statistically significant effect. This research also found that attitude towards counterfeiting has a significant effect on purchase intention of batik printing. The implications and suggestions from these findings are also discussed.