

SUMMARY

This research is performed to analyze the influence of normative susceptibility, collectivism, value consciousness, social status consumption, and materialism, toward purchase decisions of counterfeit sneakers product with attitude toward counterfeit as mediating variable. The respondents of this study as many 195 people in Purwokerto whoever purchase counterfeit sneakers product.

Based on the result of this research, it has come to the conclusion: 1) normative susceptibility has positive influence on attitude toward counterfeit, 2) collectivism has no influence on attitude toward counterfeit, 3) value consciousness has positive influence on attitude toward counterfeit, 4) social status consumption has negative influence on attitude toward counterfeit, 5) integrity has negative influence on attitude toward counterfeit, 6) materialism has no influence on attitude toward counterfeit, 7) attitude toward counterfeit has positive influence on purchase decisions

The managerial implication from the conclusion in this research are, 1) company of original sneakers should educate consumer about consuming original product to reinforce and change consumer attitude toward counterfeit. 2) The original sneakers company should use in-group testimonial for consuming original sneakers because it's more effective. 3) original sneakers company could keep the price stable for hold the consumer knowledge for one pair original sneakers at its pricing. 4) management of original sneakers should maintain the quality of the product produced.

The limitation of this research are 1) only using sample in Purwokerto area. 2) investigating all generally the international brand not specifically in one brand 3) this research only focus on international brand of sneakers 4) Data sources tested only from questionnaire, the future research could be able to use in-depth interview

Keywords: Normative Susceptibility, Collectivism, Value Consciousness, Social Status, Integrity, Materialism, , Attitude toward Counterfeit, Purchase Decision.

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kerentanan normatif, kolektivisme, kesadaran nilai, konsumsi status sosial, dan materialisme, terhadap keputusan pembelian produk sepatu palsu dengan sikap terhadap pemalsuan sebagai variabel mediasi. Responden penelitian ini sebanyak 195 orang di Purwokerto yang pernah membeli produk sepatu palsu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh kesimpulan: 1) kerentanan normatif berpengaruh positif kepada sikap terhadap pemalsuan, 2) kolektivisme tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap pemalsuan, 3) kesadaran nilai berpengaruh positif terhadap sikap terhadap pemalsuan, 4) konsumsi status sosial berpengaruh negatif terhadap sikap terhadap pemalsuan, 5) integritas berpengaruh negatif terhadap sikap terhadap pemalsuan, 6) materialisme tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap pemalsuan, 7) sikap terhadap pemalsuan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Implikasi manajerial dari kesimpulan dalam penelitian ini adalah, 1) perusahaan pembuat sepatu original harus mengedukasi konsumen tentang mengkonsumsi produk asli untuk memperkuat dan mengubah sikap konsumen terhadap pemalsuan. 2) Perusahaan sepatu asli harus menggunakan in-group testimonial untuk mengonsumsi dan menggunakan sepatu asli karena lebih efektif. 3) perusahaan sepatu asli dapat menjaga stabilitas harga agar konsumen memiliki pengetahuan tentang harga sepatu original yang sebenarnya 4) manajemen sepatu asli harus menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Keterbatasan penelitian ini adalah 1) hanya menggunakan sampel di wilayah Purwokerto. 2) menyelidiki semua umumnya merek internasional tidak secara spesifik dalam satu merek 3) penelitian ini hanya fokus pada merek sepatu internasional 4) Sumber data diuji hanya dari kuesioner, penelitian selanjutnya dapat dapat menggunakan wawancara mendalam

Kata kunci: Kerentanan Normatif, Kolektivisme, Kesadaran Nilai, Status Sosial, Integritas, Materialisme, Sikap Terhadap Pemalsuan, Keputusan Pembelian.