# Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Dan Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian Produk *Fashion* Bajakan

**SKRIPSI**


**Ditulis Oleh :**

**Nama : Via Retno Ayunda**

**Nomor Mahasiswa : 09311404**

**Jurusan : Manajemen**

**Bidang Konsentrasi : Pemasaran**



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2013**

**Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Dan Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian Terhadap Produk *Fashion* Bajakan**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memeperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh :


| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Via Retno Ayunda |
| Nomor Mahasiswa | : | 09311404 |
| Jurusan | : | Manajemen |
| Bidang Konsentrasi | : | Pemasaran |


**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**
**FAKULTAS EKONOMI**
**YOGYAKARTA**
**2013**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 01 November 2013

Penulis,




Via Retno Ayunda

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Dan Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian Terhadap Produk *Fashion* Bajakan**

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Via Retno Ayunda |
| Nomor Mahasiswa | : | 09311404 |
| Jurusan | : | Manajemen |
| Bidang Konsentrasi | : | Pemasaran |

Yogyakarta, 01 November 2013

Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

Drs. Anas Hidayat,M.B.A., Ph.D.

## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas dan Kepuasan Pribadi terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian Produk Fashion Bajakan

Disusun Oleh : **Via Retno Ayunda**
Nomor Mahasiswa : **09311404**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***
Pada tanggal : 11 Desember 2013

Penguji/Pembimbing Skripsi : Anas Hidayat, Drs., M.B.A., Ph.D.

Penguji : Albari, Drs., M.Si.

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*"Karya tulis ini kupersembahkan sebagai tanda bukti ku kepada kedua orang tua yang telah sabar, berjuang keras dalam membiayai study ku hingga selesai, dan terus memberikan dukungan serta motivasi".*

*-My Beloved father and Mother-*

*Bpk. Supardi & Ibu Sri Ayu Indahtrianingsih*

## MOTTO

"Dirikanlah sholat karena Allah dan berkurbanlah."

(QS. Al Kautsar : 2)

"….Allah meninggikan orang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan, beberapa derajat…"

(QS. Al Mujaadalah : 11)

"Janganlah kamu mempersekutukan Allah dengan sesuatu apapun dan berbuat baiklah kepada ibu-bapakmu."

(QS. An-Nisa' : 36)

"Sungguh Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah dirinya"

(Ar Ra'ad : 11)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu sudah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh usaha yang lain. Dan hanya kepada tuhan-mu lah hendaknya kamu berharap."

(Qs. Alam Nasyrah 6-7)

## ABSTRAK

Kebutuhan manusia saat ini semakin meluas, yang dahulu kita hanya mengenal kebutuhan dasar atau kebutuhan primer seperti sandang, papan dan pangan saja, sekarang tidak hanya cukup sampai disitu. Salah satu penyebab yang membuat kebutuhan manusia menjadi semakin konsumtif dan semakin tidak terbendung lagi terutama dalam hal produk-produk *fashion* adalah perkembangan tren *fashion* yang kian hari semakin cepat. Aspek *fashion* semakin menyentuh kehidupan sehari-hari setiap orang. *Fashion* mempengaruhi apa yang kita kenakan, kita makan, bagaimana kita hidup, dan bagaimana kita memandang diri sendiri. *Fashion* juga memicu pasar dunia untuk terus berkembang, produsen untuk berproduksi, pemasar untuk menjual dan konsumen untuk membeli.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor kesesuaian harga-kualitas, integritas, dan kepuasan probadi berpengaruh terhadap sikap serta niat perilaku pembelian terhadap produk *fashion* bajakan. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari kuisioner yang dibagikan kepada mahasiswa yang pernah membeli atau menggunakan kostum jersey bajakan. Kuisioner ini menggunakan skala likert untuk mengukur setiap variabelnya. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta dan sampel yang diambil adalah 96 responden menggunakan teknik *convienience sample.*

Pengelolaan data menggunakan perangkat lunak SPSS 17 dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *price-quality inference, integrity* dan *personal gratification* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*, serta *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention.*



**Kata Kunci** : *price-quality inference, integrity, personal gratification, attitude, behavioral intentions, counterfeited product*, kostum jersey, SPSS.

## KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menjalankan ibadah, khususnya mencari ilmu. Atas karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : "**Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Dan Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian Terhadap Produk *Fashion* Bajakan".**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Dalam penulisan skripsi ini, segala upaya telah penulis lakukan untuk tercapainya kesempurnaan tulisan ini. Penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya penulis mengucapkann*"Jazakumullah khoiron katsir"*, khususnya pada :

1. Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA dan Ibu Dra. Diana Wijayanti, M.Si selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Dwiprapto Agus Hardjito, M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Anas Hidayat, Drs., M.B.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran dan telah menyisihkan waktunya serta membimbing penulis hingga penulisan skripsi ini selesai.
4. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah mengisi pikiran ku dengan ilmu pengetahuan, menuntut ku untuk berpikir kritis, menjadi orang yang dapat bermanfaat dengan ilmu beralaskan ajaran-ajaran islam.
5. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonoi Universitas Islam Indonesia atas bantuannya selama proses menuntut ilmu.

6. Babe dan Mamem yang paling aku cintai yang telah memberikanku dukungan dalam segala bentuk, serta yang telah mendidikku dengan penuh kasih sayang dan kebijaksanaan.
7. Seluruh Keluarga Besar Pawiroharjono terimakasih atas doa dan dukungan selama ini.
8. Sahabat Dbrindils : Ratih Kartika Dewi, Dhienda Viola Dewintha, Andisya Putri Pramudawardani, Hera Dewi Pangestu, Nena Rosalina, Dhea Anggraeni, Awis Citra dan Aprilia Asiska Ayu , terimakasih selalu ada menemaniku baik suka maupun duka.
9. Sahabatku Khaerunisa Amalia Sofia, Catur Khikmah Rosiana dan Weir Niti Hapsariningtyas, terimakasih untuk semua dukungan, motivasi dan serta doa yang selalu kalian berikan kepadaku.
10. Sahabatku Nia Setia Astuti dan Anugrah Pasca Ramadhani yang setia dari awal masuk kuliah hingga akhir masa kuliah, terimakasih untuk perjalanan dan kenangan yang indah ini.
11. Untuk Teman-temanku Febriananto Nuri Nugroho, Nino Sutrisno, Mario Rivando Mamasta, Tegar Sylvano, Sultoni Akbar, Rizky Fuady, Agil Rinaldi Lintar, Dian Heru Sukmawan, Carlos Ivan Moreno, Wiwin Nugraha, Ferry K, dan Latif Faturrahman, terimakasih untuk waktu-waktu yang begitu berarti dan untuk pelajaran yang tak bisa dilupakan.
12. Untuk Genk “FUTSAL” : Dwinda Anggita Ayu, Dwi Wahyu Mardatila, Amelinda Derry Mefiana, Zaenita, Regina Annisa, Irsa Aprelia, Mashita Isnaini, Swastika Nourmalia, Marza Melinda, Rizka Trianenda, Zhuyiaah dan Beta Tri Pertiwi.
13. Untuk Genk karimunjawa Ayu Diah Nadia, Eka Ratnawati, Nur Intan dan Rizky Aprian Noer Barak, terimakasih teman-temanku.
14. Untuk seluruh teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia khususnya angkatan 2009 yang tidak bisa tersebutkan satu persatu, semoga jalan terbaik selalu melimpahi hidup kita. Amin.

15. Teman-teman Panitia Makrab “IMAGINE” 2010, terimakasih untuk pengalaman yang luar biasa, persaudaraan dan kekeluargaan yang benar-benar indah. Jangan lupakan kita pernah punya cerita.
16. Untuk teman-teman “SMA TIGA MARET” :Ridwan Dwi Nugroho, Aryo Gumelar, Fransiscus Aditya, Edo Prabowo, Agung Kushartanto dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
17. Untuk seluruh teman-teman “SMP PIRI NGAGLIK” , semoga kita semua sukses dan salam hangat untuk kalian semua.
18. Untuk seluruh teman-teman “SD N PUREN” , semoga kebahagian selalu tercurahkan disetiap langkah perjalanan hidup kita.
19. Untuk seluruh teman-teman “TK TUMUS ASIH”, khususnya my bestfriend Dhonna Sisca Ningtyas teman seperjuangan dari kecil hingga saat ini.
20. Untuk Choi Minho Shinee, Hwang Chansung 2PM, Seungri BigBang, Do Kyungsoo a.k.a DO EXO-K dan Kim Jong In a.k.a Kai EXO-K serta My Little Brother Justin Bieber yang begitu menginspirasi dan juga memberikan semangat serta menemaniku dalam mengerjakan skripsi lewat suara indah dari lagu-lagunya. Semoga dapat berjumpa dalam konser yang istimewa lain waktu.
21. Terimakasih bulan dan bintang, dua keajaiban Tuhan yang begitu indah yang selalu menyinari keindahan malam disetiap hidup ini dan begitu menginspirasi bagiku.
22. Dan semua pihak yang telah berkenan membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dengan berkah, rahmat serta Hidayah-Nya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat dijadikan khasanah pustaka yang mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***

Yogyakarta, 01 November 2013

Penulis,

(Via Retno Ayunda)

## DAFTAR ISI

Halaman

**HALAMAN SAMPUL DEPAN ..... i**

**HALAMAN JUDUL SKRIPSI ..... ii**

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... iii**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... iv**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN ..... v**

**HALAMAN PERSEMBAHAN ..... vi**

**HALAMAN MOTTO ..... vii**

**ABSTRAKSI ..... viii**

**KATA PENGANTAR ..... ix**

**DAFTAR ISI ..... xiii**

**DAFTAR TABEL ..... xviii**

**DAFTAR GAMBAR ..... xx**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... xxi**

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

1.1.Latar Belakang Masalah ..... 1

1.2.Rumusan Masalah ..... 7

1.3.Batasan Masalah ..... 7

1.4.TujuanPenelitian ..... 8

1.5.Manfaat Penelitian ..... ..... 8

**BAB II KAJIAN PUSTAKA ..... 9**

2.1. Kajian Pustaka ..... 9

2.2. Landasan Teori ..... 9

2.2.1. Pembajakan Produk ..... 9

2.2.2. Niat Perilaku (Behavioral Intentions) ..... 12

2.2.3. Kesesuaian Harga-Kualitas (Price-Quality Inference) ..... 13

2.2.4. Integritas (Integrity) ..... 15

2.2.5. Kepuasan Pribadi (Personal Gratification) ..... 16

2.2.6. Sikap Terhadap Produk Bajakan (Attitude Toward Counterfeits Products) .. 19

2.3. Kerangka Penelitian ..... 22

**BAB III METODE PENELITIAN ..... 23**

3.1. Pendahuluan ..... 23

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian ..... 23

3.2.1. Populasi Penelitian ..... 23

3.3.2. Sampel Penelitian ..... 24

3.3. Variabel Penelitian ..... 26

3.3.1. Variabel Bebas (Independen) ..... 26

3.3.2. Variabel Terkait (Dependen) ..... 26

3.4. Definisi Operasional Variabel ..... 26

3.4.1. Kesesuaian Harga-Kualitas (Price-Quality Inference) ..... 27

3.4.2. Integritas (Integrity) ..... 27

3.4.3. Kepuasan Pribadi (Personal Gratification) ..... 28
3.4.4. Sikap Terhadap Produk Bajakan (Attitude Toward Counterfeits Products) ... 28
3.4.5. Niat Perilaku (Behavioral Intentions) ..... 29
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data ..... 29
3.6. Teknik Analisis ..... 31
3.6.1. Uji Kualitas Data ..... 31
3.6.2. Analisis Deskriptif ..... 32
3.6.3. Analisis Statistik ..... 32
A. Regresi Linier Berganda ..... 32
B. Pengujian Hipotesis dengan Uji Keseluruhan (Uji F) ..... 34
C. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t) ..... 35
D. Uji Asumsi Klasik ..... 36
1). Uji Multikolinieritas ..... 36
2). Uji Heterokedastisitas ..... 37
3). Uji Normalitas ..... 38
4). Uji Linieritas ..... 39
E. Koefisien Determinasi Berganda ($R^2$) ..... 41
F. Koefisien Determinasi Parsial ($r^2$) ..... 41
**BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ..... 43**
4.1 Karakteristik Responden ..... 43
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 43
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia ..... 44

4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jurusan ..... 44
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku ..... 45
4.2 Uji Kualitas Data ..... 46
4.2.1 Uji Validitas ..... 46
4.2.2 Uji Reliabilitas ..... 47
4.3 Deskriptif Penilaian Variabel Penelitian ..... 48
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kesesuaian Harga-Kualitas ..... 49
4.3.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Integritas ..... 50
4.3.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pribadi ..... 51
4.3.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Sikap Terhadap Produk Bajakan .... 52
4.3.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Nilai Berperilaku Membeli
Produk Bajakan …..... 53
4.4 Proses dan Hasil Analisis Data ..... 53
4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda Tahap I ..... 54
4.4.2 Uji Regresi Linier Sederhana Tahap II ..... 55
4.4.3 Uji F ..... 56
4.4.4 Uji t ..... 57
4.4.5 Uji Asumsi Klasik ..... 59
4.4.5.1 Uji Multikolinieritas ..... 59
4.4.5.2 Uji Heteroskedastisitas ..... 60
4.4.5.3 Uji Normalitas ..... 62
4.4.5.4 Uji Linieritas ..... 63

4.4.6 Koefisien Determinasi Ganda ($R^2$) ..... 65

4.4.7 Koefisiensi Determinan Parsial ($r^2$) ..... 66

4.5 Pembahasan ..... 67

4.5.1 Pengaruh Kesesuaian Harga dan Kualitas Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Produk Barang Bajakan ..... 67

4.5.2 Pengaruh Integritas Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Produk Barang Bajakan ..... 68

4.5.3 Pengaruh Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Produk Barang Bajakan ..... 68

4.5.4 Pengaruh Sikap Terhadap Pembelian Produk Bajakan Terhadap Niat Pembelian Produk Barang Bajakan ..... 69

4.6 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Lansung, dan Pengaruh Total ..... 70

1. Pengaruh Langsung ..... 70
2. Pengaruh Tidak Langsung ..... 71
3. Pengaruh Total ..... 72

**BAB V KESIMPULAN ..... 73**

5.1 Kesimpulan ..... 73

5.2 Saran ..... 73

**DAFTAR PUSTAKA ..... 75**

**LAMPIRAN ..... 80**

## DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 43

4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia ..... 44

4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jurusan ..... 45

4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku ..... 45

4.5 Hasil Uji Validitas ..... 47

4.6 Hasil Uji Reliabilitas ..... 48

4.7 Penelitian Responden Terhadap Variabel Kesesuaian Harga dan Kualitas ..... 49

4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel Integritas ..... 50

4.10 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pribadi ..... 51

4.11 Penilaian Responden Terhadap Variabel Sikap Terhadap Produk Bajakan ..... 52

4.12Penilaian Responden Terhadap Variabel Nilai perilaku Membeli Produk Bajakan..... 53

4.13 Hasil Uji Koefisien Regresi Tahap I ..... 54

4.14 Hasil Uji Koefisien Regresi Tahap II ..... 56

4.15 Hasil Uji Multikolinieritas ..... 60

4.16 Hasil Uji Linieritas Regresi Tahap I ..... 63

4.17 Hasil Uji Linieritas Regresi Tahap II ..... 64

4.18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial ..... 66

4.19 Hasil Pengaruh Langsung ..... ..... 71

4.20 Hasil Pengaruh Tidak Langsung ..... 71

4.21 Hasil PengaruhTotal ..... 72

# DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Penelitian ..... 22

4.1 Uji Heteroskedastisitas Regresi Tahap I ..... 61

4.2 Uji Heteroskedastisitas Regresi Tahap II ..... 61

4.3 Hasil Uji Normalitas Regresi Tahap I ..... 62

4.4 Hasil Uji Normalitas Regresi Tahap II ..... 63

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 ..... 76

LAMPIRAN 2 ..... 81

LAMPIRAN 3 ..... 88

LAMPIRAN 4 ..... 94

LAMPIRAN 5 ..... 95

LAMPIRAN 6 ..... 97

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Kebutuhan manusia saat ini semakin meluas, yang dahulu kita hanya mengenal kebutuhan dasar atau kebutuhan primer seperti sandang, papan dan pangan saja, sekarang tidak hanya cukup sampai disitu. Hal ini disebabkan karena terus meningkatnya minat dan konsumsi masyarakat. Salah satu penyebab yang membuat kebutuhan manusia menjadi semakin konsumtif dan semakin tidak terbendung lagi terutama dalam hal produk-produk *fashion* adalah perkembangan tren *fashion* yang kian hari semakin cepat. Tidak hanya golongan menengah keatas namun juga golongan menengah kebawah saat ini sedang berlomba-lomba dalam memperlihatkan kemampuan mereka mengikuti tren *fashion* yang sedang berkembang. Aspek *fashion* semakin menyentuh kehidupan sehari-hari setiap orang. *Fashion* mempengaruhi apa yang kita kenakan, kita makan, bagaimana kita hidup, dan bagaimana kita memandang diri sendiri. *Fashion* juga memicu pasar dunia untuk terus berkembang, produsen untuk berproduksi, pemasar untuk menjual dan konsumen untuk membeli. Cara berpakaian yang mengikuti *fashion* juga memperlihatkan kepribadian dan idealisme seseorang.

Perkembangan *fashion* yang kian hari semakin cepat dan juga meningkatnya kebutuhan setiap individu menciptakan peluang besar bagi para produsen. Para produsen berlomba-lomba menciptakan sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan individu manusia khususnya dalam produk *fashion*. Mereka memproduksi berbagai macam dan variasi model

produk, bahkan untuk menarik konsumen dalam membeli produk buatanya, para produsen berani menggunakan merek terkenal dalam pembuatan produknya tanpa seizin pemilik merek tersebut. Ini dilakukan semata-mata produsen ingin memenuhi kebutuhan manusia secara merata, maksudnya adalah bisa memenuhi kebutuhan manusia golongan menengah kebawah dalam mengikuti tren *fashion* saat ini. Produk yang dipalsukan dalam hal ini mencakup berbagai macam, mulai dari pakaian, tas, dompet, jam tangan, perhiasan dan juga alas kaki. Produk yang disediakan oleh para produsen tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan orang dewasa tetapi para produsen merambah sampai model untuk anak-anak dengan berbagai macam varian harga, dari yang mahal sampai yang murah, dari kualitas yang biasa sampai kualitas yang bagus.

Pemalsuan barang bermerek memang sudah menjadi fenomena yang luar biasa dan menjadi masalah serius yang terjadi di seluruh belahan dunia, baik di negara yang berkembang maupun negara maju, tidak hanya di negara indonesia saja. Pembajakan produk pada dasarnya adalah menggunakan tanpa ijin pemegang merek atau hak atas kekayaan intelektual (*intelectual ownership*) yang syah (Hidayat and Phau, 2003). Bahkan pemalsuan barang *fashion* sudah di anggap menjadi sebuah epidermik dan merugikan jutaan dollar amerika bagi industri *fashion* (Cheek and Easterling, 2008). Angka-angka terbaru memperkirakan bahwa tujuh persen dari perdagangan barang dunia atau $512 triliun pada tahun 2004, mungkin didasarkan pada perdagangan dengan produk palsu (Balfour dalam Eisend and Guler, 2006). Banyak alasan kenapa seseorang membeli barang *fashion* palsu, dan alasan-alasan tersebut sudah dapat ditemukan di beberapa literatur-literatur internasional. Pembeli barang palsu memberikan alasan bahwa mereka membeli

barang palsu, karena hal tersebut tidak memberikan dampak langsung yang merugikan bagi mereka, harga barang palsu jauh lebih murah sehingga mereka seolah-olah sebagai *wise shoppers* (Hartanto, 2012). Sedangkan Bloch *et al* (Hidayat and Phau, 2003) menyatakan bahwa konsumen membeli barang palsu karena alasan kondisi keuangan yang sangat minim. Harvey (Hidayat and Phau, 2003), menambahkan bahwa saat ini produk palsu nampaknya semakin mendapat apresiasi dari konsumen, hampir tidak ada perbedaan yang signifikan antara persepsi produk yang asli dengan yang palsu di benak konsumen. Pertumbuhan dari pemalsuan dapat dikatakan sebagai akibat dari meningkatnya perdagangan global dan munculnya pasar-pasar baru, majunya perkembangan teknologi, dan meningkatnya barang-barang yang dianggap bernilai untuk dipalsukan (Hidayat and Diwasasri, 2013).

Pakaian merupakan salah satu barang bajakan terpopuler di Amerika tidak terkecuali adalah jersey yang hingga saat ini menjadi produk yang sangat populer dalam hal pembajakan. Kebanyakan produk bajakan tersebut di datangkan dari Cina, karena faktanya Cina memang produsen terbesar produk-produk bajakan. Sebuah artikel menyebutkan bahwa pakaian bermerek tapi palsu merupakan barang paling banyak di sita pada 2012, atau sekitar 29 persen dari seluruh sitaan. Pakaian yang paling banyak di bajak adalah kostum jersey dari tim kebanggan seperti contoh Super Bowl (Harmandini, 2013) .

Pembajakan kostum jersey memang sangat menggiurkan bagi para produsen karena memberikan keuntungan yang besar bagi para produsen ditambah lagi demam sepak bola yang tengah melanda di seluruh dunia tidak terkecuali di negara kita sendiri indonesia.  Hal

ini yang menyebabkan kostum jersey banyak diminati oleh orang-orang tidak hanya para laki-laki tetapi juga perempuan, semua menginginkan mempunyai kostum jersey tim kebanggaan mereka masing-masing. Dari pengalaman yang ada di lapangan terdapat produk kostum jersey dari berbagai macam kualitas bagus sampai rendah tapi palsu yang dijual bebas dipasaran, seperti penjualan melalui *online* yang sekarang bisa kita temui di berbagai macam akun *facebook* dan juga *twitter*, gerai yang di buka di pinggir jalan yang bisa kita jumpai di sepanjang jalan selokan mataram di kota yogyakarta, serta banyak penjual *face to face* yang menawarkan produk kostum jersey ketika pertandingan sepak bola di gelar di stadion.

Peneliti ini berusaha mengupas pemalsuan produk *fashion* dalam kategori pakaian yaitu kostum jersey, dikarenakan adanya fenomena mengenai peningkatan bisnis barang *fashion* palsu tersebut. Fenomena meningkatnya bisnis pemalsuan barang ini memang terkait dengan perilaku konsumen yang berhubungan erat dengan proses pengambilan keputusan dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen adalah proses pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk (Khayratul, 2013).

Perilaku konsumen terjadi ketika seseorang mempunyai niat beli terhadap sebuah produk. Dengan terjadinya niat seseorang dalam membeli suatu produk , hal ini membentuk sebuah perilaku yang diiringi sikap seseorang terhadap apa yang diinginkan.

Dalam hal ini yang dimaksud perilaku pembelian adalah perilaku pembelian terhadap produk *fashion* kostum jersey bajakan. Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael dalam Sofia, 2013). Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memunculkan sikap dan niat perilaku pembelian terhadap produk *fashion* bajakan yaitu kesesuaian harga-kualitas, integritas, dan kepuasan pribadi.

Sikap berguna bagi pemasaran dalam banyak cara. Sikap dapat digunakan untuk menilai keefektifan pemasaran, membantu mengevaluasi tindakan pemasaran sebelum dilaksanakan di dalama pasar, membentuk pangsa pasar, serta memilih pangsa target. Sikap konsumen merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen (Setianto, 2012).

Kesesuaian harga-kualitas (*price-quality inference*) merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk *fashion* bajakan. Harga memang merupakan sesuatu yang sangat sensitif bagi konsumen ketika akan melakukan pembelian sesuatu produk. Semua orang menginginkan kebutuhannya terpenuhi dengan baik dengan diiringi biaya yang rendah dalam melakukan pengeluaran pembelian suatu barang. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk sesuatu produk atau jasa, jumlah ini yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang dimiliki dengan menggunakan produk atau jasa (Kotler, 2011:290). Tidak hanya persepsi harga yang dapat meningkatkan minat beli konsumen, tetapi persepsi kualitas produk juga. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat

dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 1997:49). Konsumen lebih memilih membeli produk kostum jersey bajakan karena kualitas produk asli maupun palsu hampir sama dan konsumen bisa membelinya dengan harga murah.

Dalam melakukan pembelian, perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi mereka. Nilai-nilai seperti integritas (*integrity)* akan mempengaruhi mereka dalam melakukan kegiatan yang tidak beretika dan tidak legal. Integritas (*Integrity)* ditentukan oleh standar etika pribadi dan kepatuhan terhadap hukum. Bila konsumen melihat integritas adalah sesuatu yang penting maka mereka akan melihat barang palsu sebagai sesuatu yang negative (Ang *et al*., 2001).

Kepuasan pribadi (*Personal gratification)* adalah kebutuhan seseorang untuk merasa sukses dan berhasil, mendapatkan pengakuan dari masyarakat, dan keinginan untuk menikmati yang terbaik dalam hidup (Ang *et al*., 2001). Konsumen yang memiliki personal gratification yang tinggi akan menjadi lebih sadar untuk memiliki penampilan yang sangat baik. Oleh karena itu, kemungkinan besar adanya jika mereka sangat tidak suka untuk membeli barang dengan standar rendah dan tentunya memiliki pandangan yang negatif dalam melakukan pembelian barang palsu.

Dilatarbelakangi penjelasan diatas dan fenomena masyarakat indonesia yang begitu tinggi terhadap pemalsuan produk *fashion* maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Dan**

**Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian Produk *Fashion* Bajakan"**

## 1.2. Rumusan Masalah

Dilatarbelakangi fenomena diatas serta keingintahuan untuk melihat pengaruh setiap variabel, maka penelitian ini akan menganalisis apakah kesesuaian harga-kualitas, integritas dan kepuasan pribadi berpengaruh terhadap sikap serta niat perilaku pembelian pada produk *fashion* bajakan.

## 1.3.Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti menjadi lebih fokus maka peneliti membatasi masalah pada :

1. Daerah penelitian hanya dilakukan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
2. Objek yang diteliti adalah produk *fashion* kostum jersey bajakan
3. Penelitian ini sebatas meneliti pengaruh kesesuaian harga-kualitas, integritas dan kepuasan pribadi terhadap sikap serta niat perilaku pembelian pada produk *fashion* bajakan di mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
4. Variabel yang mendorong sikap dan niat perilaku konsumen yaitu:
    a. Kesesuaian harga-kualitas
    b. Integritas
    c. Kepuasan Pribadi

## 1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan yang ada, maka hasil yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

Untuk menjelaskan pengaruh kesesuaian harga-kualitas, integritas dan kepuasan pribadi terhadap sikap serta niat perilaku pembelian pada produk *fashion* bajakan.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat pada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Kontribusi Ilmu

   Hasil dari studi ini membantu mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong sikap dan niat perilaku pembelian konsumen terhadap produk *fashion* bajakan dan juga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran dalam menghadapi strategi-strategi di masa yang akan datang dan diharapkan dapat menjadi referensi penelitian berikutnya.

2. Kontribusi Praktis

   Setelah mengetahui faktor-faktor yang mendorong sikap dan niat perilaku pembelian konsumen terhadap produk *fashion* bajakan, diharapkan dapat membaantu perusahaan dalam mempertahankan keaslian produknya sehingga dapat terhindar dari pemalsuan produk .

# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA

## 2.1. Kajian Pustaka

Pada bagian ini berisi tentang uraian-uraian mengenai variabel-variabel penelitian, uraian-uraian variabel penelitian ini meliputi uraian-uraian dari variabel kesesuaian harga-kualitas (*price-quality inference*), variabel integritas (*integrity*), variabel kepuasan pribadi (*personal gratification*), variabel sikap terhadap produk bajakan (*attitude toward counterfeited product*) dan variabel niat perilaku (*behavioral intention*), dimana dari uraian-uraian variabel tersebut muncul suatu hipotesa. Hipotesa dari masing-masing variabel diantaranya pengaruh dari kesesuaian harga-kualitas terhadap sikap terhadap produk bajakan, integritas terhadap sikap terhadap produk bajakan, kepuasan pribadi terhadap sikap terhadap produk bajakan, dan sikap terhadap produk bajakan terhadap niat perilaku pada produk *fashion* bajakan, dimana hipotesa-hipotesa diatas digambarkan dalam suatu kerangka konseptual penelitian.

Kajian pustaka ini dimaksudkan untuk mendokumentasikan dan mengkaji hasil penelitian yang pernah ada, penjelasan yang dapat mendukung topik penelitian yang akan dilakukan, serta penjelasan tentang konsep, variabel, indikator, penelitian, pengukuran dan asumsi pada area yang sama.

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Pembajakan Produk

Produk palsu adalah masalah yang signifikan dan terus berkembang di seluruh dunia, terjadi pada Negara-negara berkembang. Pada perekonomian USA, *cost* dari produk palsu diperkirakan lebih dari $200 milyar per tahun. Mengingat bahwa secara global, hampir 5% dari produk yang beredar adalah produk palsu (de Matos *et al*., 2007)

Pemalsuan adalah sesuatu aksi reproduksi dari sebuah merek yang sudah memiliki *trademark*, yang mana sangat mirip dengan barang aslinya (Phau,Teah, and Lee ,2009). Produk pemalsuan atau pembajakan pada umumnya digunakan untuk menggambarkan pelanggaran yang disengaja cipta karya atau merek dagang pada skala komersial (Hidayat and Phau, 2003).Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa semakin sebuah produk memiliki kesuksesan atau ketenaran atas nama mereknya, maka akan semakin membuka peluang atas timbulnya produk tiruan tersebut di masyarakat (Nia dan Zaichkowsky, 2000). Apalagi seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, perbedaan antara produk tiruan dengan orisinil semakin tidak terlihat, tentu saja hal ini sangat mempermudah untuk memalsukan produk-produk dan meningkatkan penjualan produk bajakan tersebut. Akibatnya adalah membuat para pembajak melakukan berbagai macam bentuk pemalsuan dengan lebih mudah, dan tidaklah heran bahwa jenis pembajakanpun menjadi semakin beragam (Hidayat dan Phau, 2003).

Ragam pemalsuan mulai dari bertujuan menipu konsumen yang tanpa sadar telah membeli produk palsu sehingga konsumen telah menjadi korban, sampai dengan konsumen yang sadar telah membeli, mengkopi, atau memalsu produk. konsumen terbesar didunia untuk produk palsu adalah konsumen yang “sadar” membeli produk palsu (*non-deceptive*

*consumers*). Konsumen semakin tidak peduli bahwa produk bajakan merupakan hasil dari aktifitas kejahatan bisnis, mereka hanya beranggapan bahwa produk bajakan sebagai produk yang memiliki ciri khas sendiri dengan identitas sendiri (Hidayat and Phau, 2003).

Penggolongan barang palsu menurut para ahli bisa dibedakan menjadi 4 (empat) golongan, berdasarkan pada tingkat pelanggaran (Sofia, 2013) yaitu:

1) Produk palsu sejati (*true counterfeit product*), yaitu pemalsuan yang dilakukan dengan meng-*copy* 100 persen persis dengan aslinya.
2) Produk palsu yang tampak serupa (*look-alike*), yaitu melakukan pemalsuan yang dibedakan sedikit dari aslinya. Biasa dalam bentuk label dan *packaging*.
3) Reproduksi, yaitu melakukan pemalsuan seperti dalam bidang seni, contohnya adalah lukisan dan foto. Dalam hal ini, konsumen sebenarnya sudah diberitahu bahwa produk adalah reproduksi.
4) Imitasi yang tak meyakinkan, adalah sebuah pemalsuan yang terlihat secara kasat mata, bahwa proses pemalsuan dilakukan dengan sangat buruk (*poor*) dan tentunya menimbulkan pertanyaan pada konsumen.

Peredaran barang palsu di indonesia sangatlah memprihatinkan. Sebab dari empat kategori produk pemalsuan di atas yakni produk palsu sejati, produk palsu yang tampak serupa, reproduksi, dan imitasi yang tak meyakinkan, bisa kita jumpai di indonesia.

Pemalsuan adalah proses pembuatan, beradaptasi, meniru atau benda, statistik, atau dokumen-dokumen, dengan maksud untuk menipu. Kejahatan yang serupa dengan penipuan adalah kejahatan memperdaya yang lain, termasuk melalui penggunaan benda

yang diperoleh melalui pemalsuan. Menyalin, pengganda, dan mereproduksi tidak dianggap sebagai pemalsuan, meskipun mungkin mereka nanti dapat menjadi pemalsuan selama mengetahui dan berkeinginan untuk tidak dipublikasikan (www.wikipedia.com).

### 2.2.2. Niat Perilaku (*Behavioral Intentions*)

The Theory of Reasoned Action (TRA) berpendapat bahwa perilaku individu di dorong oleh niat perilaku mana niat perilaku merupakan fungsi dari sikap individu terhadap perilaku dan norma subjektif seputar kinerja perilaku. Sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu tentang melakukan sesuatu perilaku (de Matos *et al*., 2007)

Menurut kotler dan keller (2003) dalam *jurnal-sdm.blogspot.com*, minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat (Kotler, 1997).

Rossiter dan Percy dalam Setianto (2012) mengemukakan bahwa minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarsa), merekomendasikan (*influencer*), memilih, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Minat beli merupakan kemampuan yang mendorong untuk melakukan sesuatu. Minat tidak sama dengan motif atau dorongan. Seseorang yang mendapatkan dorongan belum tentu mau berbuat apabila seseorang itu tidak berminat. Tetapi sebaliknya seseorang mempunyai minat yang kuat untuk berbuat dan ditambah dengan dorongan-dorongan maka mereka akan cenderung melakukan dengan senang hati. Minat merupakan variabel antara yang menyebabkan perilaku dari beberapa faktor yang mendukungnya

Menurut Mowen dan Minor dalam Khayratul (2013) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi berbagai produk, jasa dan pengalaman serta ide-ide. Lain halnya menurut Engel *et al*, dalam Khayratul (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

### 2.2.3. Kesesuaian Harga-Kualitas (*Price-Quality Inference*)

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, jumlah ini yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang dimiliki dengan menggunakan produk atau jasa (Amstrong and Kotler, 2011). Harga juga mencerminkan sikap konsumen terhadap nilai produk bajakan. Persepsi umum adalah bahwa risiko keuangan rendah merupakan resiko keuangan bagi konsumen untuk membeli barang palsu, karena harga barang palsu sangat menguntungkan. Selain itu, karena harga barang palsu lebih murah maka harapan akan kualitas tentunya tidak akan sama dengan barang aslinya. Selama

fungsi dasar dari barang tersebut terpenuhi dan tercapai nilai simbolik maka konsumen akan terpuaskan (Eisend dan Schuchert-Guler, 2006). Namun, kualitas produk bajakan telah ditingkatkan dalam beberapa tahun terakhir karena kemajuan teknologi yang lebih baik membawa keunggulan kompetitif untuk produk bajakan (Phau, Teah, and Lee, 2009). Dengan demikian semakin banyak orang yang membeli produk bajakan.

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 1997). Riset menemukan bahwa konsumen akan memilih produk tiruan daripada produk asli apabila itu memberikan keuntungan dalam segi finansial untuk mereka. ada dua jenis pembeli produk tiruan yang kaitannya dengan harga dan kualitas. Kelompok pertama merasa bahwa produk tiruan sebanding dalam semua aspek dengan produk asli, namun lebih kuat pada harga yang ditawarkan, maka konsumen akan memilih membeli produk tiruan karena produk tiruan memberikan keuntungan dari atribut status dan kualitas dari nama merek produk. Di sisi lain kelompok yang kedua merasa walaupun produk tiruan lebih rendah daripada produk asli dan harga yang ditawarkan tinggi untuk lebih mengimbangi dalam kualitas dan hasil (Phau, Teah, and Lee, 2009).

Untuk produk palsu, harga merupakan kunci yang menentukan kecenderungan untuk membeli produk palsu. Hal yang sangat terjadi adalah orang cenderung mengorbankan etika ketika harga sebuah produk cukup rendah (Alber-Miller dalam Maldonado, 2005). Produk tiruan memang memiliki kualitas yang lebih rendah, namun konsumen dapat melakukan penghematan besar jika dibanding membeli produk orisinil.

Dengan demikian, bagi konsumen yang sadar nilai akan memiliki persepsi nilai yang tinggi terhadap produk tiruan (Furnham dan Valgeirsson, 2007).

Berdasarkan teori diatas, hipotesis yang didapat adalah :

H1: Kesesuaian harga-kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pada pembelian produk *fashion* bajakan.

### 2.2.4. Integritas (*Integrity*)

Integritas adalah konsistensi dan keteguhan yang tak tergoyahkan dalam menjunjung tinggi nilai-nilai luhur dan keyakinan, definisi lain dari integritas adalah suatu konsep yang menunjuk konsistensi antara tindakan dengan nilai dan prinsip. Dalam etika, integritas diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran dari tindakan seseorang. Seorang dikatakan *"mempunyai integritas"* apabila tindakannya sesuai dengan nilai, keyakinan, dan prinsip yang dipegangnya (Dimas, 2012)

Pembelian terhadap produk palsu bukanlah sebuah tindak criminal, tapi partisipasi konsumen dalam transaksi produk palsu adalah sebuah bentuk dukungan terhadap aktivitas illegal, penghormatan konsumen terhadap hukum akan menentukan sejauh mana mereka terlibat dalam pembelian produk palsu. Memang dalam penelitian menunjukkan bahwa keinginan konsumen untuk membeli produk palsu memiliki hubungan negative dengan sikapnya terhadap ketaatan hukum (Phau, Teah, and Lee, 2009). Dalam hal ini, konsumen yang memiliki standar etika yang lebih rendah akan merasa tidak bersalah saat membeli produk palsu (Ang et al, 2001). Mereka menjadikan perilaku mereka sebagai sesuatu yang

rasional, dalam rangka untuk mengurangi gangguan kognitif dari perilaku yang tidak etis (de Matos *et al*., 2007).

Berdasarkan teori diatas, hipotesis yang didapat adalah :

H2: Konsumen yang memiliki integritas yang rendah terhadap dirinya sendiri maka akan memiliki sikap suka terhadap produk bajakan.

### 2.2.5. Kepuasan Pribadi (*Personal Gratification*)

Kepuasan pribadi terkait dengan kebutuhan akan rasa keberhasilan dan pengakuan sosial, serta keinginan untuk menikmati hal-hal yang lebih baik dalam hidup. Meskipun konsumen yang membeli produk tiruan menyadari bahwa produk tiruan yang mereka beli tidak memberikan tingkat kualitas yang sama seperti produk yang asli, mereka bersedia menerima kompromi tersebut. Ketika membuat keputusan untuk membeli produk tiruan, konsumen melalui proses penalaran normal. Seseorang menggunakan prinsip-prinsip etika yang dipilihnya sendiri, dan biasanya ini dianggap kosisten dan univers. Orang cenderung mengasosiasikan diri mereka dengan posisi kelas sosial dimana mereka berada sat ini atau kelas sosial diatas mereka (Phau, Teah, dan Lee, 2009).

Setianto (2012) mengartikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perbandingan antara kenyataan yang diterima dan harapan awal konsumen atas sebuah produk atau jasa. kepuasan konsumen adalah hasil gabungan antara persepsi, evaluasi, dan reaksi psikologis konsumen terhadap pengalamannya dalam mengkonsumsi barang atau jasa.

Bloch, Bush dan Campbell (1993) membandingkan antara pembeli dan non-pembeli produk tiruan, dan mereka melihat bahwa non-pembelian produk tiruan cenderung kurang percaya diri, kurang sukses, dan memiliki status yang dianggap rendah. Karakteristik-karakteristik ini sering dikatakan dengan orang-orang yang berupaya mencapai kesuksesan, pengakuan sosial, dan standar hidup yang lebih tinggi. Semakin konsumen mencari kepuasan pribadi yang lebih tinggi maka konsumen akam memiliki sikap yang negatif terhadap produk tiruan (Phau, Teah, dan Lee, 2009).

Dalam *jurnal-sdm.blogspot.com*, faktor pribadi meliputi :

- Situasi Ekonomi (*Economic Situation*)

  Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk, contohnya rolex diposisikan konsumen kelas atas sedangkan timex dimaksudkan untuk konsumen menengah. Situasi ekonomi seseorang amat sangat mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu.

- Gaya Hidup (*Lifestyle*)

  Pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mugkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

- Kepribadian dan Konsep Diri (*Personality and Self Concept)*

  Kepribadian adalah karakteristik unik dari psikologi yang memimpin kepada kestabilan dan respon terus menerus terhadap lingkungan orang itu sendiri. Contohnya orang yang percaya diri, dominan, suka bersosialisasi, otomotif,

defensif, mudah beradaptasi, agresif. Tiap orang memiliki gambaran diri yang kompleks, dan perilaku seseorang cenderung konsisten dengan konsep diri tersebut.

- Umur dan Siklus Kehidupan (*Age and Self Concept)*

  Orang-orang merubah barang dan jasa yang dibeli seiring dengan siklus kehidupannya. Rasa makanan, baju-baju, perabot, dan rekreasi seringkali berhubungan dengan umur, membeli juga dibentuk oleh *family life cycle*. Faktor-faktor penting yang berhubungan dengan umur sering diperhatikan oleh pelaku pasar. Ini mungkin dikarenakan oleh perbedaan besar dalam umur antara orang-orang yang menentukan strategi marketing dan orang-orang yang membeli produk atau servis

- Pekerjaan (*Occupation*)

  Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibeli. Contohnya, seseorang yang bekerja di bank bisa membeli kostum jersey asli sedangkan pelajar tidak mungkin bisa membeli kostum jersey asli karena mereka belum berpenghasilan.

*Personal gratification* memperhatikan tentang kebutuhan tentang rasa atas pencapaian, pengakuan social, dan rasa nyaman atas hal yang lebih baik dalam hidup (Ang *et al*, 2001). Ada banyak hasil studi pustaka yang saling berlawanan, karena Bloch *et al* (1993) menyatakan bahwa konsumen yang memilih produk palsu akan merasa kurang mampu dalam hal financial, kurang percaya diri, kurang sukses dan status yang lebih rendah dibanding mereka yang tidak membeli produk palsu. Namun di sisi lain, hasil yang

ditemukan oleh Ang *et al* (2001) menunjukkan tidak pengaruh yang signifikan dari kepuasan personal dalam sikap konsumen terhadap produk palsu.

Berdasarkan teori diatas, hipotesis yang didapat adalah :

H3: Rasa konsumen atas pencapaiannya akan mempengaruhi sikap terhadap produk bajakan.

### 2.2.6. Sikap Terhadap Produk Bajakan (*Attitude Toward Counterfeited Product*)

Sikap adalah kencenderungan pembelajaran untuk bersikap suka atau tidak suka secara konsisten terhadap sebuah objek. Memang benar bahwa menurut Bagozzi *et al* dalam de Matos *et al* (2007) bahwa kebanyakan definisi tentang sikap mengartikan sikap sebagai sebuah evaluasi, misalnya: "kecenderungan psikologis yang diekspresikan dengan mengevaluasi entitas tertentu dengan kecenderungan suka atau tidak suka" (de Matos *et al*, 2007)

Sikap dipertimbangkan erat hubunganya dengan niat dari seseorang, yang mana nantinya akan menjadi perkiraan dari perilaku. Dalam pemikiran mereka, tidak hanya sikap terhadap objek yang berpengaruh kepada niat terhadap objek tersebut, tetapi juga pengaruh yang diterima seseorang dari kelompok referensinya, yang dinamakan norma subjektif. Ringkasnya, niat untuk melakukan sebuah perilaku akan dipengaruhi oleh factor tingkat individu dan antar individu (de Matos *et al*, 2007)

Sikap adalah suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan neural yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta

mampu secara langsung dan dinamis pada perilaku. Sikap bagi konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Pembentukan sikap seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaam, sikap dan juga perilaku (Setianto, 2012).

Menurut Amstrong dan Kotler (2011), sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak sukanya seseorang terhadap objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang ke dalam kerangka pikiran menyukai atau tidak menyukai sesuatu yang kemudian dapat mendekatkan atau menjauhkannya terhadap hal tersebut. Dalam Sofia (2013) sikap dianggap mempunyai 3 komponen utama, yaitu :

1) Komponen Kognitif : komponen kognitif mengacu pada kesadaran responden dan pengetahuannya terhadap beberapa obyek atau fenomena.
2) Komponen Afektif : komponen afektif mengacu pada preferensi dan kesenangan responden terhadap obyek atau fenomena.
3) Komponen Perilaku : komponen perilaku mengacu pada perilaku pembeli yang berupa niat membeli .

Dalam konteks produk bajakan evaluasi konsumen dari produk bajakan tersebut akan mengenal produk, konsumen akan melakukan tahap pembelian, sebaik apa konsumen menerima persetujuan tentang perilaku tersebut dari kelompoknya. Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasaan tertentu (de Matos *et al*, 2007). Dari sikap puas dan tidakpuas tersebut merupakan hasil evaluasi terhadap keyakinan-keyakinan individu terhadap sikap. Sikap mempunyai korelasi yang

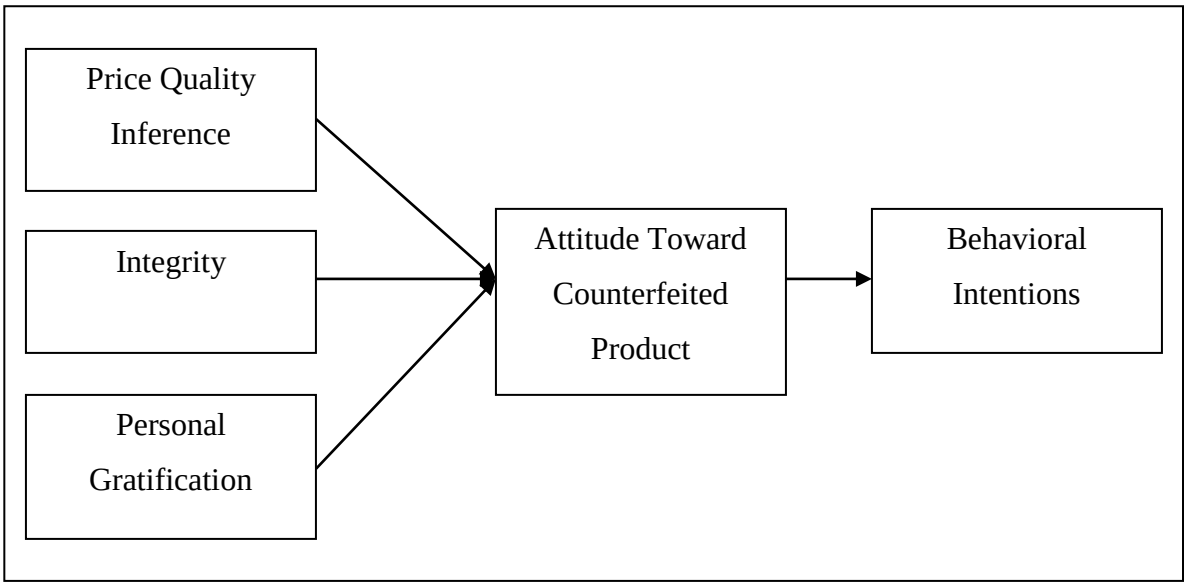
kuat dengan salah satu faktor minat, dimana menjadi prediktor yang beralasan dari perilaku (Hartanto,2012).

Berdasarkan teori diatas, maka hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut :

H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap terhadap barang bajakan pada niat perilaku pembelian produk bajakan.

## 2.3. Kerangka Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk kostum jersey bajakan. Berdasarkan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat dibuat kerangka penelitian menjadi seperti :




Gambar 2.1

Kerangka Penelitian

( de Matos *et al*., 2007 )

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1. Pendahuluan

Metode penelitian merupakan seluruh rangkaian kegiatan yang akan dilakukan untuk membuktikan atau menyanggah hipotesis yang telah dirumuskan, serta menjawab pertanyaan penelitian seperti yang telah dirumuskan pada rumusan masalah. Untuk menjawab masalah penelitian dan membuktikan hipotesis diperlukan fakta lapangan (data empiris) dari hasil penelitian.

Objek penelitian adalah lembaga pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang diteliti ini beralamat di Jln. Prawirokuat, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Sedangkan, subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang setidaknya pernah membeli ataupun menggunakan Produk Bajakan Kostum Jersey.

## 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

### 3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono dalam *shvoong.com*, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik menjadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki

oleh objek atau subjek itu. Populasi yang digunakan pada penelitian ini tidak diketahui besarnya sehingga peneliti akan menggunakan metode *non-probability* sampling. Adapun populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia yang pernah membeli Produk Bajakan Kostum Jersey.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono dalam *samsudinrembank.blogspot.com*, sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada dasarnya adalah suatu bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Adapun pengambilan sampel yang digunakan adalah *metode convenience* sampling. Metode tersebut adalah prosedur untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti, peneliti memilih responden yang menggunakan barang bajakan untuk dijadikan responden. Pada umumnya peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh daftar pertanyaan dalam jumlah besar dan lengkap secara tepat dan hemat.

Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta yang membeli dan menggunakan produk bajakan kostum jersey, Untuk menentukan jumlah sampelnya dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = 0.25 \left( \frac{Z½\ \alpha}{E} \right)^2$$

Dimana:

n = jumlah sampel

Z = nilai z yang ditentukan oleh derajat kepercayaan atau keyakinan

α = tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

E = deviasi sampling maksimum

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan adalah sebesar 5%, karena biasanya tingkat signifikansi tersebut yang digunakan dalam pengujian statistik. Karena α = 5%, maka Z½α = 1.96 (dari tabel z).

Disamping itu deviasi sampling maksimal (E) sebesar 10%, yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pengambilan data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika melebihi 10%, maka pengambilan sampel harus diulang. Besarnya sampel minimal yang diperlukan sebesar:

$$n=0.25\left(\frac{1.96}{0.1}\right)^2$$

$$n=96.04$$

n=96 (dibulatkan)

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang akan digunakan adalah 96 responden dan hal ini sudah dianggap mewakili populasi yang akan diteliti.

### 3.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Lebih lanjut, dirumuskan oleh sugiyono bahwa variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono dalam Sofia, 2013). Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

### 3.3.1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono dalam Sofia, 2013). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya adalah kesesuaian harga-kualitas (*price-quality inference*), integritas (*integrity*) dan kepuasan pribadi (*personal gratification*).

### 3.3.2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas) (Sugiyono dalam Sofia, 2013). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel terikatnya adalah sikap terhadap produk bajakan (*attitude toward counterfeited product)* serta niat perilaku (*behavioral intentions*) pembelian konsumen terhadap produk *fashion* kostum jersey bajakan.

## 3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah sebuah definisi yang menyatakan pengujian khusus, atau kriteria pengukuran (Sugiyono dalam Sofia, 2013). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel-variabel kesesuaian harga-kualitas (*price-quality inference*), integritas (*integrity*), kepuasan pribadi (*personal gratification*), sikap terhadap

produk bajakan (*attitude toward counterfeited product*) dan niat perilaku (*behavioral intention*). Pengertian masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

### 3.4.1. Kesesuaian Harga-Kualitas (*Price-Quality Inference*)

Secara umum, produk tiruan adalah ilegal, memiliki kualitas dan harga rendah, yang merupakan salinan dari produk dengan nilai merek yang tinggi dalam hal hasil kehandalan dan daya tahan (Phau,Teah and Lee, 2009). Riset menemukan bahwa konsumen akan memilih produk tiruan daripada produk asli apabila itu memberikan keuntungan dalam segi finansial untuk mereka (Bolch *et al* dalam Phau, Teah, and Lee, 2009). Konsumen merasa bahwa produk tiruan dari produk asli tidak jauh berbeda dari produk aslinya dan memberikan keuntungan lebih kepada konsumen.

Indikatornya adalah :

1) Semakin tinggi harga suatu produk, semakin tinggi kualitas
2) Harga merupakan indikator dari kualitas produk
3) Untuk mendapatkan yang terbaik konsumen harus membayar lebih

### 3.4.2. Integritas (*Integrity*)

Integritas adalah bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai dan kebijakan organisasi serta kode etik profesi, walaupun dalam keadaan yang sulit untuk melakukan ini (www.wikipedia.com). Indikatornya adalah :

1) Saya menggangap kejujuran sebagai kualitas penting bagi karakter seseorang

2) Saya menganggap sangat penting bahwa orang bersikap sopan
3) Saya mengagumi orang yang bertanggung jawab
4) Saya suka orang-orang yang memiliki kontrol diri

### 3.4.3. Kepuasan Pribadi (*Personal Gratification)*

Kepuasan pribadi adalah perasaan senang atau kecewa yang ditimbulkan karena sesuatu yang dikerjakan atau diinginkan. Seseorang akan puas ketika apa yang diinginkan terpenuhi begitu juga sebaliknya. Indikatornya adalah :

1) Perasaan berhasil mencapai sesuatu adalah hal yang sangat penting bagi saya
2) Saya adalah orang yang sangat menghargai pengakuan dari orang lain
3) Memiliki kehidupan yang nyaman dan menyenangkan adalah hal penting bagi saya

### 3.4.4. Sikap Terhadap Produk Bajakan (*Attitude Toward Counterfeited Products)*

Sikap mempunyai korelasi yang kuat dengan salah satu faktor minat, dimana menjadi prediktor yang beralasan dari perilaku (Sofia, 2013). Dalam konteks produk bajakan evaluasi konsumen dari produk bajakan tersebut akan menjadi prediktor penting dari minatnya untuk membeli produk bajakan, sebaik apa dia menerima persetujuan tentang perilaku tersebut dari kelompoknya. Dalam hal ini, faktor yang mempengaruhi evaluasi konsumen dari produk bajakan menjadi hal utama dari penelusuran tersebut. Indikatornya adalah :

1) Mengingat harga, saya lebih memilih barang-barang bajakan
2) Saya suka belanja barang-barang bajakan

3) Membeli barang-barang bajakan sebenarnya memberikan manfaat bagi konsumen
4) Tidak ada salahnya membeli barang-barang bajakan
5) Secara umum, membeli barang-barang bajakan adalah pilihan yang terbaik

### 3.4.5. Niat Perilaku (*Behavioral Intentions*)

Menurut Effendy dalam Sofia (2013), minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat atau keinginan (*disere*) untuk melakukan sesuatu kegiatan yang diharapkan komunikator, jadi minat dalam membeli dapat dikatakan timbulnya keinginan seseorang untuk mencoba membeli produk yang diiklankan tersebut. Indikatornya adalah :

1) Suka membeli produk bajakan
2) Mempertimbangkan membeli produk bajakan ketika akan membeli sesuatu
3) Mencari informasi ketika akan membeli produk bajakan

## 3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti langsung dari subjek penelitian (responden). Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam peelitian ini adalah dengan menggunakan metode angket atau kuisioner. Kuisioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi, 2005).

Data diambil dengan cara menyebarkan kuisioner atau angket ke responden secara langsung. Angket diberikan langsung kepada responden berupa kuisioner tertutup artinya dari setiap pertanyaan yang ada responden diminta menjawab dengan jawaban yang sudah tersedia.

Kuisioner yang dibagikan terdiri dari 6 bagian :

Bagian I : berisi pertanyaan tentang *karakteristik demografi*

Bagian II : berisi pertanyaan tentang *kesesuaian harga-kualitas*

Bagian III : berisi pertanyaan tentang *integritas*

Bagian IV : berisi tentang *kepuasan pribadi*

Bagian V : berisi tentang *sikap terhadap produk bajakan*

Bagian VI :berisi pertanyaan tentang *niat perilaku pembelian konsumen terhadap produk fashion kostum jersey bajakan*

Jawaban responden dianalisis dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau jasa. Dimana pada skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas dari perasaan mereka, dalam arti mengharuskan responden menemukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai objek stimulus (Malhotra, 2005).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 4 skala, yang terdiri dari:

| | | |
|---|---|---|
| Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi poin | : | 4 |
| Jawaban Setuju (S) diberi poin | : | 3 |
| Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi poin | : | 2 |
| Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi poin | : | 1 |

Alasan peneliti menggunakan skala Likert 1-4 yaitu dengan menghilangkan pilihan jawaban netral, karena jawaban tersebut dapat memberikan makna ganda, dan tidak menjelaskan pilihan jawaban responden secara pasti. Alasan yang lain karena kebiasaan masyarakat kita yang memiliki kecenderungan memilih netral dalam menjawab pertanyaan.

### 3.6. Teknik Analisis

#### 3.6.1. Uji Kualitas Data

Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Sebelum melakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reabilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan hasil yang bias.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2005). Analisis validitas yang digunakan adalah uji korelasi product moment dan diolah menggunakan program SPSS. Suatu indikator dianggap valid jika r hitung > r tabel dan bernilai postif serta pada $\alpha = 5\%$ (Ghozali,2005).

Setelah alat ukur dinyatakan valid maka selanjutnya alat ukur diukur reliabilitasnya. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS. Penelitian yang baik adalah penelitian yang *cronbach alphanya* mendekati angka 1.

Kriteria yang digunakan (Ghozali, 2001) adalah :

- Jika nilai alpha ≥ 0,60, maka instrumen yang digunakan reliabel
- Jika nilai alpha < 0,60, maka instrumen yang digunakan tidak reliable

### 3.6.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang menjelaskan mengenai ketertarikan data penelitian ke dalam bentuk kalimat. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah data-data mentah menjadi data yang mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan berdasarkan uraian hasil jawaban para responden dari kuisioner yang dibagikan. Data tersebut tercantum dalam bentuk tabel dan analisis deksriptif yang dilakukan berdasarkan data dalam tabel tersebut.

### 3.6.3. Analisi Statistik

**A. Regresi Linier Berganda**

Metode regresi digunakan untuk menentukan ketergantungan suatu variabel (dependen, terikat) yang disebabkan oleh variabel lain (independen, bebas) atau menentukan pengaruh suatu atau beberapa variabel terhadap variabel lain. Selain itu , analisis regresi juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2001).

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel independen yang digunakan untuk menguji hubungannya dengan variabel dependen. Variabel tersebut adalah kesesuaian harga-kualitas, integritas dan kepuasan pribadi untuk dilihat pengaruhnya bersama-sama terhadap sikap serta niat perilaku pembelian konsumen pada produk *fashion* kostum jersey bajakan. Dalam hal ini, analisis regresi linier berganda merupakan teknik yang tepat untuk digunakan , maka rumus regresi linier berganda yang digunakan untuk masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Uji Regresi Linier Berganda Model I

   $Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$

   Dimana :

   Y : sikap terhadap produk bajakan

   $b_n$ : koefisien regresi dari variabel $X_1$, $X_2$, $X_3$

   $X_1$ : kesesuaian harga-kualitas

   $X_2$ : integritas

   $X_3$ : kepuasan pribadi

2. Uji Regresi Linier Sederhana Model II

$$Y = b_4X_4$$

Dimana :

Y : niat perilaku konsumen terhadap produk kostum jersey bajakan

$b_4$ : koefisien regresi dari variabel $X_4$

$X_4$ : sikap terhadap produk bajakan

**B. Pengujian Hipotesis dengan Uji Keseluruhan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen (Ghozali, 2001).

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

1. Merumuskan hipotesis operasional.

   Ho : Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas dan Kepuasan Pribadi tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap sikap konsumen pada produk bajakan kostum jersey.

   Ha : Kesesuaian Harga-Kualaitas, Integritas Dan Kepuasan Pribadi berpengaruh secara bersama-sama terhadap sikap konsumen pada produk bajakan kostum jersey.

2. Menetapkan taraf signifikansi (α) dan atau derajat kebebasan (df) pengujian. Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%.

3. Melakukan kriteria perhitungan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya :

   Ho diterima jika probabilitasnya ≥ α

Ho ditolak jika probabilitasnya < α

4. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS
5. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4)

**C. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2001).

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

1. Merumuskan hipotesis operasionalnya

   Ho1 : Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas dan Kepuasan Pribadi tidak berpengaruh secara parsial terhadap sikap konsumen pada produk bajakan kostum jersey.

   Ha1 : Kesesuaian Harga-Kualaitas, Integritas Dan Kepuasan Pribadi berpengaruh secara parsial terhadap sikap konsumen pada produk bajakan kostum jersey.

   Ho2 : Sikap tidak berpengaruh secara parsial terhadap niat perilaku pembelian konsumen pada produk bajakan kostum jersey.

   Ha2 : Sikap berpengaruh secara parsial terhadap niat perilaku pembelian konsumen pada produk bajakan kostum jersey.

2. Menetapkan taraf signifikansi (α) dan atau derajat kebebasan (df) pengujian. Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%.
3. Melakukan kriteria penghitingan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya :

Ho diterima jika probabilitasnya ≥ α

Ho ditolak jika probabilitasnya < α

4. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS
5. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4)

## D. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*) (Ghozali, 2009). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya (Ghozali, 2001)

*Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena =1/*tolerance*). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai toleransi <0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2001)

Prosedur pengujian multikolonieritas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional

   Ho : tidak ada pengaruh multikolonieritas

   Ha : ada pengaruh multikolonieritas

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

   Ho diterima jika VIF < 10 dan toleransi > 0,1

Ho ditolak jika VIF $\geq 10$ dan toleransi $\leq 0{,}1$

3. Menghitung VIF dan toleransi perhitungan VIF dan toleransi dilakukan dengan mengunakan program pengolahan data SPSS
4. Menarik kesimpulan sesuai butir (2) dan (3)

**2) Uji Heterokedastisitas**

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2001). Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2001). Model regresi yang terbaik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2001)

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya (Ghozali, 2001). Deteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Ghozali, 2009).

Langkah-langkah pengujian heterokedastisitas adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional :

Ho : tidak ada pengaruh heterokedastisitas pada model regresi berganda

Ha : ada pengaruh neteroskedestisitas pada model regresi berganda

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

   Ho diterima jika residual pada gambar scarrerplot terlihat menyebar secara acak

   Ho ditolak jika residual pada gambar scatterplot terlihat tidak menyebar secara acak

3. Membuat gambar scatterplot
4. Pembuatan gambar scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS
5. Menarik kesimpulan sesuai butir (2) dan (3)

**3) Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak (Ghozali, 2001). Uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apakah asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sample kecil. Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2001).

Selain itu, dapat dilakukan dengan melihat probabilitas plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Apabila distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2001)

Langkah-langkah pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional :

   Ho : data residual berdistribusi normal

   Ha : data residual tidak berdistribusi normal

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

   Ho diterima jika data tersebar sekitar garis diagonal grafik normal plot

   Ho ditolak jika data tersebar jauh dari sekitar garis diagonal grafik normal plot

3. Membuat grafik normal plot
4. Pembuatan grafik normal plot dilakukan dengan menggunakan program SPSS
5. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3)

**4) Uji Linearitas**

Uji linearitas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Fungsi yang digunakan dalam suatu studi

empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadarat, atau kubik (Ghozali, 2001). Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi mengenai model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik.

Uji yang dapat digunakan untuk uji linieritas yaitu uji lagrange multiplier (Ghozali, 2009). Uji ini merupakan uji alternatif yang dikembangkan oleh Engle tahun 1982. Estimasi dengan uji ini bertujuan untuk mendapatkan nilai $c^2$ hitung atau n x $R^2$.

Langkah-langkah dalam pengujian lagrange multiplier (Ghozali, 2001):

1. Lakukan regresi dengan persamaan utama LMSCR = f (LGDPR,R,RF)
2. Jika dianggap persamaan utama tersebut besar spesifikasinya maka nilai residualnya harus dihubungkan dengan nilai kuadrat variabel independen dengan persamaan regresi :

   Ut = bo + B1 $LGD^2$
3. Dapatkan nilai $R^2$ untuk menghitung $c^2$ hitung
4. Jika $c^2$ hitung > $c^2$ tabel, maka hipotesis yang menyatakan model linear ditolak

Adapun prosedur pengujian hipotesisnya :

1. Menentukan hipotesis operasional :
   Ho : spesifikasi model terbentuk fungsi linier
   Ha : spesifikasi model tidak berbentuk fungsi linier

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :
   Ho diterima jika nilai $c^2$ hitung < $c^2$ tabel

   Ho ditolak jika nilai $c^2$ hitung ≥ $c^2$ tabel

3. Perhitungan

   Tahap perhitungan berdasarkan alat analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan program SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai butir (2) dan (3)

## E. Koefisien Determinasi Berganda ($R^2$)

Uji koefisien determinasi ($R^2$) pada intinya mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009). Uji $R^2$ digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentasi variabel dependen (sikap dan niat perilaku pembelian pada produk kostum jersey bajakan) yang dijelaskan oleh variabel independennya (kesesuaian harga-kualitas, integritas dan kepuasan pribadi). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai $R^2$ yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai $R^2$ diperoleh dari output hasil regresi. Jika $R^2 = 1$, berarti suatu kecocokan yang sempurna. Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Semakin besar nilai $R^2$ maka semakin baik model untuk digunakan.

## F. Koefisien Determinasi Parsial ($r^2$)

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah serta menetapkan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Harga koefisien determinasi parsial dapat dicari dengan mengkuadratkan koefisien korelasi parsial (r) yang diperoleh dengan menggunakan program pengolahan data SPSS. Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh kesesuaian harga-kualitas, integritas, dan kepuasan pribadi terhadap sikap serta niat perilaku konsumen terhadap produk kostum jersey  bajakan .

# BAB IV

# ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

## 4.1 Karakteristik Responden

### 4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Mahasiswa yang menjadi konsumen Produk Bajakan memiliki jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin diharapkan mampu menggambarkan kaitan gender terhadap sikap dan niat untuk membeli Produk Bajakan Kostum Jersey. Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**
**Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Karakteristik Responden | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| Jenis Kelamin : | | |
| Perempuan | 52 | 54,17% |
| Laki-Laki | 44 | 45,83% |

**Sumber : Data diolah**

Berdasarkan data jenis kelamin responden dapat diiidentifikasikan bahwa mayoritas responden adalah mereka yang berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 52 atau sebesar 54,17% sedangkan responden laki-laki hanya berjumlah 44 atau 45,83%. Hal ini menggambarkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari gender sebagai pemakai produk bajakan.

### 4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Berdasarka usia responden yang menjadi pemakai produk bajakan dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu kurang dari 20 tahun, 21 sampai 23 tahun, dan lebih dari 23 tahun. Gambaran secara rinci mengenai distribusi responden berdasarkan kelompok usia disajikan dalam tabel 4.2 di bawah ini :

**Tabel 4.2**
**Gambaran Responden Berdasarkan Usia**

| Karakteristik Responden | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| Usia : | | |
| < 20 tahun | 39 | 40,63% |
| 21 – 23 tahun | 52 | 54,17% |
| > 23 tahun | 5 | 5,21% |

**Sumber : Data diolah**

Dari hasil analisis karakteristik responden di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah berusia 21 sampai 23 tahun sebanyak 52 responden atau sebesar 54,17%. Secara berurutan responden yang berusia < 20 tahun berjumlah 39 atau sebesar 40,63%, dan yang berusia > 23 tahun berjumlah 5 atau sebesar 5,21%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pemakai Jersey bajakan adalah anak muda yang masih menunjukkan eksistensi dalam pergaulan sehingga memakai produk bajakan tidak masalah.

### 4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan responden dibedakan kedalam tiga kelompok yaitu manajemen, akuntansi, dan ilmu ekonomi. Gambaran secara rinci mengenai distribusi responden berdasarkan kelompok jurusan disajikan dalam Tabel 4.3.

**Tabel 4.3**
**Gambaran Responden Berdasarkan Jurusan**

| Karakteristik Responden | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| Jurusan : | | |
| Ilmu Ekonomi | 5 | 5,21 % |
| Akuntansi | 11 | 11,46% |
| Manajemen | 80 | 83,33% |

**Sumber : Data diolah**

Dari hasil analisis karakteristik responden di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa manajemen sebanyak 80 responden atau sebesar 83,33%. Secara berurutan mahasiswa akuntansi berjumlah 11 atau sebesar 11,46%, dan mahasiswa ilmu ekonomi berjumlah 5 atau sebesar 5,21%. Hasil ini menunjukkan bahwa menggunakan produk bajakan tidak tergantung dengan darimana mahasiswa itu berasal.

### 4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku

Penghasilan responden per bulan yaitu seberapa besar uang saku responden selama sebulan, dari hasil kuesioner yang telah disebarkan, diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.4**
**Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku**

| Karakteristik Responden | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| < Rp 1.000.000 | 3 | 3,13% |
| 1.000.000 – Rp 3.000.000 | 60 | 62,5 % |
| Lebih dari Rp 3.000.000 | 33 | 34,37% |

**Sumber : Data diolah**

Dari hasil analisis karakteristik responden di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah responden mempunyai uang saku Rp.1.000.000,- sampai Rp. 3.000.000,- sebanyak 60 responden atau sebesar 62,5%. Secara berurutan responden yang

mempunyai uang saku lebih dari Rp. 3.000.000,- berjumlah 33 atau sebesar 34,7%, dan mempunyai uang saku kurang dari Rp. 1.000.000,- berjumlah 3 atau sebesar 3,13%. Hal ini menunjukkan mayoritas responden mempunyai pendapatan yang cukup tinggi sehingga dapat digunakan untuk membeli produk Jersey bajakan.

### 4.2 Uji Kualitas Data

Uji instrument penelitian dan data dilakukan untukmneguji apakah kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria valid dan reliable atau tidak. Pengujian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikataka valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006).

Suatu indikator dianggap valid jika nilai r hitung > rtabel dan bernilai positif serta pada alpha = 5%. Pengujian validitas ini dilakukan pada keseluruhan sampel penelitian. Hasil uji validitas pada setiap pertanyaan setiap variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.5 dan hasil perhitungan koefisien korelasi ($r_{xy}$) seluruhnya mempunyai nilai r hiung > rtabel (rtabel sebesar 0,198), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

**Tabel 4.5**
**Hasil Uji Validitas**

| Variabel | Item Pertanyaan | rhitung | rtabel | Ket |
|---|---|---|---|---|
| Kesesuaian Harga dan Kualitas | Semakin tinggi harga suatu produk, semakin tinggi kualitas | 0,841 | 0,198 | Valid |
| | Harga merupakan indikator dari kualitas produk | 0,897 | 0,198 | Valid |
| | Untuk mendapatkan yang terbaik konsumen harus membayar lebih | 0,890 | 0,198 | Valid |
| Integritas | Saya menggangap kejujuran sebagai kualitas penting bagi karakter seseorang | 0,897 | 0,198 | Valid |
| | Saya menganggap sangat penting bahwa orang bersikap sopan | 0,852 | 0,198 | Valid |
| | Saya mengagumi orang yang bertanggung jawab | 0,797 | 0,198 | Valid |
| | Saya suka orang-orang yang memiliki kontrol diri | 0,779 | | |
| Kepuasan Pribadi | Perasaan berhasil mencapai sesuatu adalah hal yang sangat penting bagi saya | 0,802 | 0,198 | Valid |
| | Saya adalah orang yang sangat menghargai pengakuan dari orang lain | 0,914 | 0,198 | Valid |
| | Memiliki kehidupan yang nyaman dan menyenangkan adalah hal penting bagi saya | 0,904 | 0,198 | Valid |
| Sikap Terhadap Produk Bajakan | Mengingat harga, saya lebih memilih barang bajakan | 0,838 | 0,198 | Valid |
| | Saya suka belanja barang-barang bajakan | 0,891 | 0,198 | Valid |
| | Membeli barang-barang bajakan sebenarnya memberikan manfaat bagi konsumen | 0,826 | 0,198 | Valid |
| | Tidak ada salahnya membeli barang-barang bajakan | 0,743 | 0,198 | Valid |
| | Secara umum, membeli barang-barang bajakan adalah pilihan yang terbaik | 0,708 | 0,198 | Valid |
| Niat | Saya Suka membeli produk bajakan | 0,744 | 0,198 | Valid |
| | Saya Mempertimbangkan membeli produk bajakan ketika akan membeli sesuatu | 0,757 | 0,198 | Valid |
| | Saya Mencari informasi ketika akan membeli produk bajakan | 0,743 | 0,198 | Valid |

**Sumber : Data Diolah**

### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah alatukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Sutau alat ukur dikatakan reliable apabila

dapat memberikan hasil yang relative sama bila dipakai untuk mengukur ulang obyek yang berbeda atau menurut Ghozali (2006) kuesioner dikatakan handal apabila jawaban seseorang adalah stabil dari waktu ke waktu. Analisis ini menggunaka *Cronbach Coefficient Alpha*. Jika Alpha Cronbach's ≥ 0,60 maka instrument dikatakan reliable. Hasil uji reliabilitas ini dapat ditunjukkan dalam tabel 4.6

**Tabel 4.6**
**Hasil Uji Reliablitas**

| Variabel | Cronbach Alpha | Nilai Kritis | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Kesesuain Harga dan Kualitas | 0,843 | 0,6 | Reliabel |
| Integritas | 0,845 | 0,6 | Reliabel |
| Kepuasan Pribadi | 0,844 | 0,6 | Reliabel |
| Sikap Terhadap Produk Bajakan | 0,857 | 0,6 | Reliabel |
| Niat Berperilaku | 0,607 | 0,6 | Reliabel |

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas seperti tabel 4.6 daat diketahui bahwa niai koofisien *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6, maka semua pertanyaan dalam variabel penelitian dinyatakan normal.

### 4.3 Deskriptif Penilaian Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menjelaskan tentang deskriptif penilaian responden terhadap dimensi penelitian yaitu kesesuaian harga dan kualitas, integritas, kepuasan pribadi, sikap, dan niat membeli produk bajakan. Penelitian ini diukur dengan penilaian skor skala Likert 1-4. Nilai rata-rata masing-masing responden dikelompokkan dalam kelas interval yang berjumlah 4, sehingga intervalnya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 4

Interval = $\frac{4-1}{4}$ = 0.75

Dari perhitungan tersebut dapat ditentukan skala distribusi kriteria pendapat responden untuk kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

1,00 sampai dengan 1,75 = Sangat Tidak Setuju

1,76 sampai dengan 2,50 = Tidak Setuju

2,51 sampai dengan 3,25 = Setuju

3,26 sampai dengan 4,00 = Sangat Setuju

### 4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kesesuaian Harga-Kualitas

Penilaian responden mengenahi kesesuaian harga dan kualitas adalah pendapat responden mengenahi tingkat kesesuaian harga dan kualitas dari produk Jersey Bajakan. Hasil penilaian responden mengenahi variabel kesesuaian harga dan kualitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.7**
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Kesuaian Harga dan Kualitas**

| Indikator | Nilai Rata-Rata | Penilaian |
|---|---|---|
| Semakin tinggi harga suatu produk, semakin tinggi kualitas | **2,71** | **Setuju** |
| Harga merupakan indikator dari kualitas produk | **2,94** | **Setuju** |
| Untuk mendapatkan yang terbaik konsumen harus membayar lebih | **2,86** | **Setuju** |
| **Rata-Rata Total** | **2,84** | **Setuju** |

**Sumber : Data Diolah**

Dari hasil analisis penilaian responden di atasdapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan penilaian setuju terhadap kesesuaian produk dan kualitas dari produk Jersey bajakan. Hasil tersebut ditunjukkan dengan nilai rata-rata keseluruhan penilaian responden sebesar 2,84 yang terletak dalam rentang penilaian setuju. Indicator tertinggi penilaian responden mengenahi variabel kesesuian produk dan kualitas adalah harga merupakan indicator dari kualitas produk dengan nilai skor penilaian 2,94 sedangkan indicator terendahnya adalah semakin tinggi harga suatu produk, semakin tinggi pula kualitasnya dengan skor 2,71.

### 4.3.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Integritas

Hasil penilaian responden mengenahi variabel integritas dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.8**
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Integritas**

| Indikator | Nilai Rata-Rata | Penilaian |
|---|---|---|
| kejujuran sebagai kualitas penting bagi karakter seseorang | **3,57** | **Sangat setuju** |
| sangat penting bahwa orang bersikap sopan | **3,43** | **Sangat setuju** |
| orang yang bertanggung jawab | **3,16** | **setuju** |
| orang-orang yang memiliki kontrol diri | **3,44** | **Sangat setuju** |
| **Rata-Rata Total** | **3,40** | **Sangat setuju** |

**Sumber : Data Diolah**

Dari hasil analisis penilaian responden di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden sangat setuju tentang integritas yang mereka miliki. Hasil tersebut ditunjukkan dengan nilai rata-rata keseluruhan penilaian responden sebesar 3,40 yang

terletak dalam rentang penilaian sangat setuju. Nilai penilaian tertinggi terdapat pada indicator kejujuran merupakan kualitas penting bagi karakter seseorang dengan skor penilaian 3,57 dan nilai penilaian terendah terdapat pada indicator orang yang bertanggung jawab dengan skor penilaian sebesar 3,16.

### 4.3.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pribadi

Penilaian responden mengenahi kepuasan pribadi adalah pendapat responden tentang kepuasan mereka ketika menggunakan produk Jersey bajakan. Hasil penilaian responden mengenahi variabel kepuasan pribadi dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.10**
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pribadi**

| Indikator | Nilai Rata-Rata | Penilaian |
|---|---|---|
| Perasaan berhasil mencapai sesuatu adalah hal yang sangat penting | **3,22** | **Setuju** |
| orang yang sangat menghargai pengakuan dari orang lain | **3,02** | **Setuju** |
| Memiliki kehidupan yang nyaman dan menyenangkan adalah hal penting | **3,06** | **Setuju** |
| **Rata-Rata Total** | **3,10** | **Setuju** |

**Sumber : Data Diolah**

Dari hasil analisis penilaian responden di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden menilai setuju tentang kepuasan mereka terhadap produk Jersey bajakan. Hasil tersebut ditunjukkan dengan nilai rata-rata keseluruhan penilaian responden sebesar 3,98 yang terletak dalam rentang penilaian setuju. Penilaian responden tertinggi terdapat pada indicator Perasaan berhasil mencapai sesuatu adalah hal yang sangat penting

dengan skor penilaian 3,22 sedangkan penilaian responden terendah terdapat pada indicator menghargai pengakuan dari orang lain dengan skor penilaian 3,02.

### 4.3.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Sikap Terhadap Produk Bajakan

Hasil penilaian responden mengenahi variabel sikap terhadap produk bajakan dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.11**
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Sikap Terhadap Produk Bajakan**

| Indikator | Nilai Rata-Rata | Penilaian |
|---|---|---|
| memilih barang bajakan, karena harga | **3,18** | **Setuju** |
| Ssuka belanja barang-barang bajakan | **3,23** | **Setuju** |
| Membeli barang-barang bajakan sebenarnya memberikan manfaat bagi konsumen | **3,23** | **Setuju** |
| Tidak ada salahnya membeli barang-barang bajakan | **3,14** | **Setuju** |
| Secara umum, membeli barang-barang bajakan adalah pilihan yang terbaik | **2,93** | **Setuju** |
| **Rata-Rata Total** | **3,10** | **Setuju** |

**Sumber : Data Diolah**

Dari hasil analisis penilaian responden di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden menilai setuju tentang sikap terhadap produk Jersey bajakan. Hasil tersebut ditunjukkan dengan nilai rata-rata keseluruhan penilaian responden sebesar 3,18 yang terletak dalam rentang penilaian setuju. Penilaian responden tertinggi terdapat pada indicator suka belanja barang-barang bajakan dan manfaat membeli barang bajakan adalah hal yang sangat penting dengan skor penilaian 3,23 sedangkan penilaian responden terendah terdapat pada indicator membeli barang bajakan adalah pilihan terbaik dengan skor penilaian 2,93.

### 4.3.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Niat Berperilaku Membeli Produk Bajakan

Hasil penilaian responden mengenahi variabel niat berperilaku membeli produk bajakan dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.12**
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Niat Berperilaku Membeli Produk Bajakan**

| Indikator | Nilai Rata-Rata | Penilaian |
|---|---|---|
| Saya Suka membeli produk bajakan | **3,21** | **Setuju** |
| Saya Mempertimbangkan membeli produk bajakan ketika akan membeli sesuatu | **3,04** | **Setuju** |
| Saya Mencari informasi ketika akan membeli produk bajakan | **3,33** | **Sangat Setuju** |
| **Rata-Rata Total** | **3,19** | **Setuju** |

**Sumber : Data Diolah**

Dari hasil analisis penilaian responden di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden menilai setuju tentang niat berperilaku membeli produk Jersey bajakan. Hasil tersebut ditunjukkan dengan nilai rata-rata keseluruhan penilaian responden sebesar 3,19 yang terletak dalam rentang penilaian setuju. Penilaian responden tertinggi terdapat pada indicator suka mencari informasi produk bajakan dengan skor penilaian 3,33 sedangkan penilaian responden terendah terdapat pada indicator Mempertimbangkan membeli produk bajakan ketika akan membeli sesuatu dengan skor penilaian 3,04.

## 4.4 Proses dan Hasil Analisis Data

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel independen yang digunakan untuk menguji hubungannya dengan satu variabel dependen. Variabel tersebut adalah kesesuaian harga-kualitas, integritas dan kepuasan pribadi untuk dilihat pengaruhnya bersama-sama

terhadap sikap serta niat perilaku pembelian konsumen pada produk *fashion* kostum jersey bajakan

### 4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda Model I

Uji regresi berganda Model 1 dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kesesuaian harga-kualitas, integritas dan kepuasan pribadi terhadap sikap terhadap produk bajakan. Hasil analisis regresi Model 1 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**
**Hasil Uji Koefisien Regresi Model 1**

| Variabel Independent | Koefisien Regresi | t-hitung | Signifikan | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| *Kesesuaian Harga-Kualitas* (X1) | 0,192 | 2,113 | 0,037 | Signifikan |
| *Integritas* (X2) | 0,245 | 2,353 | 0,021 | Signifikan |
| *Kepuasan Pribadi* (X3) | 0,403 | 3,696 | 0,000 | Signifikan |
| F hitung | 35,676 | | 0,000 | Signifikan |
| R | 0,733 | | | |
| $R^2$ | 0,538 | | | |

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan bantuan paket program SPSS, dapat diketahui bahwa semua variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent, dengan persamaan garis regresinya adalah:

$$\mathbf{Y = 0{,}192X1 + 0{,}245X2 + 0{,}403X3 + e}$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut;

a. Variabel kesesuaian harga dan kualitas merupakan variabel yang mempengaruhi sikap terhadap produk bajakan dengan koefisien positif sebesar 0,192. Berarti bila pada kualitas variabel kesesuaian harga dan kualitas meningkat sebesar satu satuan maka sikap terhadap produk bajakan akan meningkat sebesar 0.92 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan.
b. Variabel integritas merupakan variabel yang mempengaruhi sikap terhadap produk bajakan dengan koefisien positif sebesar 0,245. Berarti bila pada kualitas variable integritas meningkat sebesar satu satuan maka sikap terhadap produk bajakan akan meningkat sebesar 0.245 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan.
c. Variabel kepuasan pribadi merupakan variabel yang mempengaruhi sikap terhadap produk bajakan dengan koefisien positif sebesar 0.403. Berarti bila pada kualitas variabel kepuasan pribadi meningkat sebesar satu satuan maka sikap terhadap produk bajakan akan meningkat sebesar 0.403 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan.

### 4.4.2 Uji Regresi Linier Sederhana Model II

Uji regresi berganda Model 2 dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel sikap terhadap produk bajakan terhadap niat terhadap produk bajakan. Hasil analisis regresi Model 2 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.14**
**Hasil Uji Koefisien Regresi Model 2**

| Variabel Independent | Koefisien Regresi | t-hitung | Signifikan | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| *Sikap Terhadap Produk Bajakan* (Y1) | 0,670 | 8,747 | 0,000 | Signifikan |
| F hitung | 76,515 | | 0,000 | Signifikan |
| R | 0,670 | | | |
| $R^2$ | 0,449 | | | |

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan bantuan paket program SPSS, dapat diketahui bahwa variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent, dengan persamaan garis regresinya adalah:

**Y2= 0,670Y1 + e**

Dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut;

1 Variabel sikap terhadap produk bajakan merupakan variabel yang mempengaruhi niat terhadap produk bajakan dengan koefisien positif sebesar 0,670. Berarti bila pada kualitas variabel sikap terhadap produk bajakan meningkat sebesar satu satuan maka niat terhadap produk bajakan akan meningkat sebesar 0.670.

### 4.4.3 Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau

dependen (Ghozali, 2001). Uji statistiknya adalah uji statistik F dan hipotesis yang diajukan yaitu :

a. Ho : b1 = b2 = b3 = 0, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama–sama variabel independen terhadap variabel dependen (Y).
b. Ha : b1 ≠ b2 ≠ b3 ≠ 0, berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama–sama variabel independen terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengambilan keputusan pengujian ini adalah :

a. Jika nilai probalilitas < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.
b. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS pada Tabel 4.13 dapat diketahui nilai probabilitas Fhitung sebesar 0.000, karena nilai probabilitas Fhitung < 0.05 maka $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen yang terdiri dari Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas dan Kepuasan Pribadi terhadap variabel dependen yaitu sikap terhadap produk bajakan.

**4.4.4 Uji T**

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial variabel independen terhadap kepuasan pelanggan digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi linear berganda secara parsial. Hipotesa yang diajukan yaitu :

a. Ho : b1 = b2: Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
b. Ha : b1 ≠ b2: Ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis ini adalah

a. Jika nilai probabilitas < 0,05, maka H0 ditolak, Ha diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
b. Jika nilai probabilitas > 0,05, maka H0 diterima, Ha ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.13, pada variabel kesesuaian harga dan kualitas (X1) didapatkan nilai probabilitas $t_{hitung}$ sebesar 0.037. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau 0.037 < 0.05 dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa $H_0$ ditolak, Ha diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan Kesesuaian harga-kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pada pembelian produk *fashion* bajakan sehingga hipotesis pertama diterima.

Hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.13 juga menunjukkan bahwa variabel integritas didapatkan nilai probabilitas $t_{hitung}$ sebesar 0.021. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau 0.008< 0.05 dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa $H_0$ ditolak, Ha diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa integritas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pada pembelian produk *fashion* bajakan sehingga hipotesis kedua diterima.

Dari hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.13 juga ditunjukkan pada variabel kepuasan pribadi didapatkan nilai probabilitas $t_{hitung}$ sebesar 0.000. Nilai tersebut berada di

bawah 0.05 atau 0.000 < 0.05 dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa $H_0$ ditolak, Ha diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa kepuasan pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap pada pembelian produk *fashion* bajakan sehingga hipotesis ketiga diterima.

Dari hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.14 ditunjukkan pada variabel sikap pada pembelian produk bajakan didapatkan nilai probabilitas $t_{hitung}$ sebesar 0.000. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau 0.000 < 0.05 dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa $H_0$ ditolak, Ha diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap terhadap barang bajakan pada niat perilaku pembelian produk bajakan sehingga hipotesis keempat diterima

### 4.4.5 Uji Asumsi Klasik

#### 4.4.5.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*) (Ghozali, 2009). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya (Ghozali, 2001). Pengujian multikolinieritas dilakukan terhadap model regresi Model 1, sedangkan model regresi Model 2 tidak dilakukan uji multikolinieritas karena merupakan regresi sederhana. Hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.15**
**Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients[a]**

| Model | | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | X1 | .608 | 1.645 |
| | X2 | .463 | 2.158 |
| | X3 | .487 | 2.052 |

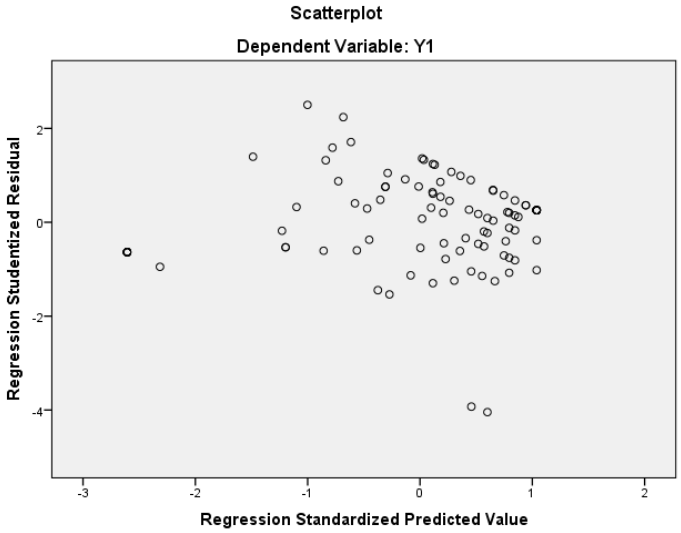
a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan uji multikolinieritas di atas, dihasilkan nilai tolerance masing-masing variabel lebih dari 0,1 dan nilai VIF masin-masing variabel kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi ini.

**4.4.5.2 Uji Heteroskedastisitas**

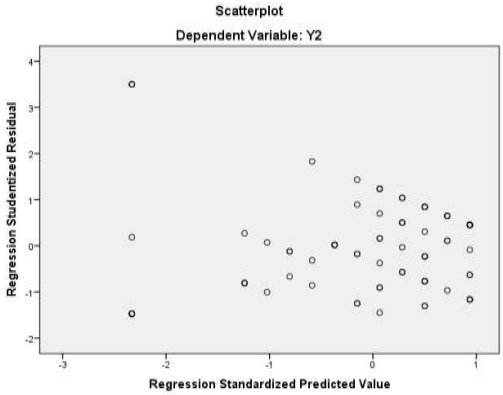
Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2001). Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya (Ghozali, 2001). Deteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut.

**Gambar 4.1**
**Uji Heteroskedastisitas Regresi Model 1**




Dari hasil analisis gambar regresi di atas, dihasilkan bahwa titik-titik gambar sctatter splot menyebar dan membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan masih terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi 1.

**Gambar 4.2**
**Uji Heteroskedastisitas Regresi Model 2**



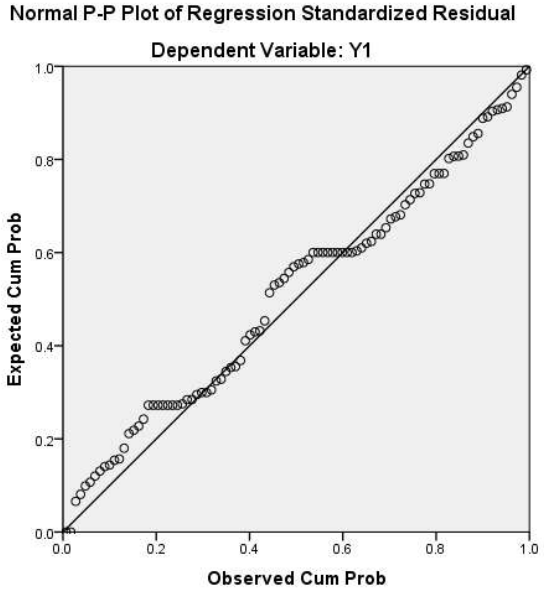

**Sumber : Data Diolah**

Dari hasil analisis gambar regresi di atas, dihasilkan bahwa titik-titik gambar sctatter splot menyebar dan membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan masih terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi 2.

**4.4.5.3 Uji Normalitas**

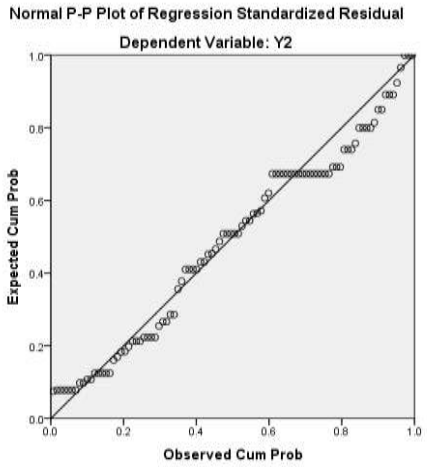
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi apakakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu salah satunya dengan analisis grafis. Hasil analisis uji normalitas adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.3**
**Hasil Uji Normalitas Regresi Model 1**




Berdasarkan hasil analisis uji normalitas pada gambar 4.3, dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar dan selalu menyebar di sekitar garis normal sehingga dapat disimpulkan bahwa data belum terdistribusi normal.

**Gambar 4.4**
**Hasil Uji Normalitas Regresi Model 1I**




**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas pada gambar 4.4, dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar dan selalu menyebar di sekitar garis normal sehingga dapat disimpulkan bahwa data belum terdistribusi normal.

### 4.4.5.4 Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji yang dapat digunakan untuk uji linieritas yaitu uji lagrange multiplier (Ghozali, 2009).

**Tabel 4.16**
**Hasil Uji Linieritas Regresi Model 1**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .051[a] | .003 | -.030 | .63352724 |

a. Predictors: (Constant), X32, X12, X22

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber : Data Diolah

Berdasar hasil perhitungan regresi antara nilai residualnya dengan nilai kuadrat variabel independen dihasilkan nilai $R^2$ sebesar 0,003. Nilai tersebur dapat digunakan untuk menghitung $c^2$ hitung. Nilai $c^2$ hitung adalah sebagai berikut.

$$c^2 = (n - p)R^2$$

$$c^2 = (96 - 1)0{,}003^2 = 0{,}00000855$$

Dari hasil analisis uji LM di atas, dihasilkan nilai $c^2$ hitung sebesar 0,00000855. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai $c^2$ hitung dengan df sebesar 93 dan nilai signifikansi 5% sebesar 106,51. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $c^2$ hitung > $c^2$ tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini adalah linier.

Sedangkan uji linieritas regresi Model 2 adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.17**
**Hasil Uji Linieritas Regresi Model 1I**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .010[a] | .000 | -.011 | .62489202 |

a. Predictors: (Constant), Y12

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber : Data Diolah

Berdasar hasil perhitungan regresi antara nilai residualnya dengan nilai kuadrat variabel independen dihasilkan nilai $R^2$ sebesar 0,000. Nilai tersebur dapat digunakan untuk menghitung $c^2$ hitung. Nilai $c^2$ hitung adalah sebagai berikut.

$$c^2 = (n - p)R^2$$

$$c^2 = (96 - 1)0{,}000^2 = 0{,}000000$$

Dari hasil analisis uji LM di atas, dihasilkan nilai $c^2$ hitung sebesar 0,000000. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai $c^2$ hitung dengan df sebesar 93 dan nilai signifikansi 5% sebesar 106,51. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $c^2$ hitung > $c^2$ tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini adalah linier.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik di atas dapat disimpulkan masih terdapat masalah dalam model regresi seperti heterosekdastisitas dan normalitas. Walaupun masih terdapat masalah dalam asumsi klasik, akan tetapi model ini masih dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

### 4.4.6 Koofisien Determinasi Ganda ($R^2$)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$) berkisar antara 0-1. Artinya, semakin mendekati nol (0) maka pengaruh variabel (X) makin kecil, sebaliknya semakin mendekati angka satu maka pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) semakin besar.

Berdasarkan hasil analisis Tabel 4.13 dapat diketahui nilai ($R^2$) sebesar 0,538. Dengan nilai koefisien determinasi maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas dan Kepuasan Pribadi terhadap sikap terhadap

produk bajakan sebesar 53,8% dapat dijelaskan sedang sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Berdasarkan hasil analisis Tabel 4.14 dapat diketahui nilai ($R^2$) sebesar 0,449. Dengan nilai koefisien determinasi maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh sikap terhadap produk bajakan terhadap niat membeli produk bajaakan sebesar 44,9% dapat dijelaskan sedang sisanya sebesar 55,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### 4.4.7 Koefisiensi Determinasi Parsial ($r^2$)

Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh diantara variabel independen digunakan koefisien determinasi parsial. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien determinasi parsial untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

**Tabel 4.18**
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial**

| Variabel | Nilai Koofisien Korelasi (r) | $r^2$ |
|---|---|---|
| *Kesesuaian Harga-Kualitas* | 0,215 | 0.046 |
| *Integritas* | 0,238 | 0.057 |
| *Kepuasan Pribadi* | 0,382 | 0.146 |
| *Sikap* | 0,670 | 0.449 |

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi parsial untuk variabel *kepuasan pribadi* diperoleh koefisien determinasi parsial terbesar yaitu sebesar 0,146. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pribadi mempunyai pengaruh

yang dominan terhadap sikap terhadap produk bajakan, sedangkan sikap mempunyai pengaruh paling besar terhadap niat membeli produk bajakan sebesar 0,449.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1 Pengaruh Kesesuaian Harga dan Kualitas Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Produk Barang Bajakan

Dari hasil uji regresi, dapat disimpulkan bahwa kesesuaian harga dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pembelian produk bajakan. Hal ini membuktikan bahwa kesesuaian harga dan kualitas adalah salah satu variabel penting dalam mempengaruhi sikap konsumen dalam membeli produk bajakan.

Hasil ini sesuai penelitian bahwa konsumen akan memilih produk tiruan daripada produk asli apabila itu memberikan keuntungan dalam segi finansial untuk mereka. ada dua jenis pembeli produk tiruan yang kaitannya dengan harga dan kualitas. Kelompok pertama merasa bahwa produk tiruan sebanding dalam semua aspek dengan produk asli, namun lebih kuat pada harga yang ditawarkan, maka konsumen akan memilih membeli produk tiruan karena produk tiruan memberikan keuntungan dari atribut status dan kualitas dari nama merek produk. Di sisi lain kelompok yang kedua merasa walaupun produk tiruan lebih rendah daripada produk asli dan harga yang ditawarkan tinggi untuk lebih mengimbangi dalam kualitas dan hasil (Phau, Teah and Lee, 2009).

Untuk produk palsu, harga merupakan kunci yang menentukan kecenderungan untuk membeli produk palsu. Hal yang sangat terjadi adalah orang cenderung mengorbankan etika ketika harga sebuah produk cukup rendah (Alber-Miller dalam Maldonado, 2005). Produk tiruan memang memiliki kualitas yang lebih rendah, namun

konsumen dapat melakukan penghematan besar jika dibanding membeli produk orisinil. Denagn demikian, bagi konsumen yang sadar nilai akan memiliki persepsi nilai yang tinggi terhadap produk tiruan (Furnham dan Valgeirsson, 2007).

### 4.5.2 Pengaruh Integritas Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Produk Barang Bajakan

Dari hasil uji regresi, dapat disimpulkan bahwa integritas berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pembelian produk bajakan. Pembelian terhadap produk palsu bukanlah sebuah tindak criminal, tapi partisipasi konsumen dalam transaksi produk palsu adalah sebuah bentuk dukungan terhadap aktivitas illegal, penghormatan konsumen terhadap hukum akan menentukan sejauh mana mereka terlibat dalam pembelian produk palsu. Memang dalam penelitian menunjukkan bahwa keinginan konsumen untuk membeli produk palsu memiliki hubungan negative dengan sikapnya terhadap ketaatan hukum (Phau, Teah, and Lee, 2009). Dalam hal ini, konsumen yang memiliki standar etika yang lebih rendah akan merasa tidak bersalah saat membeli produk palsu (Ang et al, 2001). Mereka menjadikan perilaku mereka sebagai sesuatu yang rasional, dalam rangka untuk mengurangi gangguan kognitif dari perilaku yang tidak etis (de Matos *et al*., 2007).

### 4.5.3 Pengaruh Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Terhadap Pembelian Produk Barang Bajakan

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pribadi berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk bajakan. Kepuasan pribadi terkait dengan kebutuhan akan rasa keberhasilan dan pengakuan sosial, serta keinginan untuk

menikmati hal-hal yang lebih baik dalam hidup. Meskipun konsumen yang membeli produk tiruan menyadari bahwa produk tiruan yang mereka beli tidak memberikan tingkat kualitas yang sama seperti produk yang asli, mereka bersedia menerima kompromi tersebut. Ketika membuat keputusan untuk membeli produk tiruan, konsumen melalui proses penalaran normal. Seseorang menggunakan prinsip-prinsip etika yang dipilihnya sendiri, dan biasanya ini dianggap kosisten dan universal. Orang cenderung mengasosiasikan diri mereka dengan posisi kelas sosial dimana mereka berada sat ini atau kelas sosial diatas mereka (Phau, Teah, dan Lee, 2009).

Kepuasan pribadi memperhatikan tentang kebutuhan tentang rasa atas pencapaian, pengakuan social, dan rasa nyaman atas hal yang lebih baik dalam hidup (Ang et al, 2001). Bloch, Bush, and Campbell (1993) menyatakan bahwa konsumen yang memilih produk palsu akan merasa kurang mampu dalam hal financial, kurang percaya diri, kurang sukses dan status yang lebih rendah dibanding mereka yang tidak membeli produk palsu.

### 4.5.4 Pengaruh Sikap Terhadap Pembelian Produk Bajakan Terhadap Niat Pembelian Produk Barang Bajakan

Dari hasil analisis regresi dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap pembelian produk bajakan berpengaruh signfikan terhadap niat pembelian produk bajakan.

Hasil ini sesuai bahwa Sikap erat hubunganya dengan niat dari seseorang, yang mana nantinya akan menjadi perkiraan dari perilaku. Dalam pemikiran mereka, tidak hanya sikap terhadap objek yang berpengaruh kepada niat terhadap objek tersebut, tetapi juga pengaruh yang diterima seseorang dari kelompok referensinya, yang dinamakan norma subjektif.

Ringkasnya, niat untuk melakukan sebuah perilaku akan dipengaruhi oleh factor tingkat individu dan antar individu (de Matos *et al*, 2007)

Dalam konteks produk bajakan evaluasi konsumen dari produk bajakan tersebut akan mengenal produk, konsumen akan melakukan tahap pembelian, sebaik apa konsumen menerima persetujuan tentang perilaku tersebut dari kelompoknya. Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasaan tertentu (de Matos *et al*, 2007). Dari sikap puas dan tidakpuas tersebut merupakan hasil evaluasi terhadap keyakinan-keyakinan individu terhadap sikap. Sikap mempunyai korelasi yang kuat dengan salah satu faktor minat, dimana menjadi prediktor yang beralasan dari perilaku (Hartanto,2012).

### 4.6 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total

Hasil pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total dapat dilihat pada output regresi bagian standardized cooficient. Hasil pengaruh pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total adalah sebagai berikut.

**1. Pengaruh Langsung**

Berikut ini ringkasan pengaruh langsung antara kesesuaian harga-kualitas, integritas, dan kepuasan pribadi terhadap sikap terhadap produk bajakan dan pengaruh langsung sikap terhadap produk bajakan terhadap niat membeli produk bajakan.

**Tabel 4.19**

**Hasil Pengaruh Langsung**

| Variabel | Pengaruh Langsung |
|---|---|
| Kesesuaian harga-kualitas → Sikap | 0,192 |
| Integritas → Sikap | 0,245 |
| Kepuasan Pribadi →Sikap | 0,403 |
| Sikap → Niat Membeli | 0,670 |

Sumber : Data Diolah, 2013

**2. Pengaruh Tidak Langsung**

Berikut ini ringkasan pengaruh tidak langsung antara kesesuaian harga-kualitas, integritas, dan kepuasan pribadi terhadap sikap terhadap produk bajakan dan pengaruh langsung sikap terhadap produk bajakan terhadap niat membeli produk bajakan.

**Tabel 4.20**

**Hasil Pengaruh Tidak Langsung**

| Variabel | X→Y1 | X→Y2 | Pengaruh Tidak Langsung |
|---|---|---|---|
| Kesesuaian harga-kualitas → Sikap→ Niat Membeli | 0,192 | 0.670 | 0,129 |
| Integritas → Sikap→ Niat Membeli | 0,245 | 0.670 | 0,164 |
| Kepuasan Pribadi →Sikap→ Niat Membeli | 0,403 | 0.670 | 0,270 |
| Sikap → Niat Membeli | 0.670 | 0,000 | 0,000 |

Sumber : Data Diolah, 2013

**3. Pengaruh Total**

Berikut ini ringkasan pengaruh total antara kesesuaian harga-kualitas, integritas, dan kepuasan pribadi terhadap sikap terhadap produk bajakan dan pengaruh langsung sikap terhadap produk bajakan terhadap niat membeli produk bajakan.

**Tabel 4.21**

**Hasil Pengaruh Total**

| **Variabel** | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tidak Langsung | Pengaruh Total |
|---|---|---|---|
| Kesesuaian harga-kualitas → Sikap→ Niat Membeli | 0,192 | 0,129 | 0.321 |
| Integritas → Sikap→ Niat Membeli | 0,245 | 0,164 | 0.409 |
| Kepuasan Pribadi →Sikap→ Niat Membeli | 0,403 | 0,270 | 0.673 |
| Sikap → Niat Membeli | 0.670 | 0,000 | 0,670 |

Sumber : Data Diolah, 2013

# BAB V

# KESIMPULAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut :

4. kesesuaian harga dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pembelian produk bajakan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kesesuaian harga dan kualitas maka semakin tinggi pula sikap terhadap pembelian produk bajakan.
5. integritas berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pembelian produk bajakan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi integritas maka semakin tinggi pula sikap terhadap pembelian produk bajakan.
6. Kepuasan pribadi berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pembelian produk bajakan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kepuasan pribadi maka semakin tinggi pula sikap terhadap pembelian produk bajakan.
7. Sikap terhadap pembelian produk bajakan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk bajakan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi sikap terhadap pembelian produk bajakan maka semakin tinggi pula niat terhadap pembelian produk bajakan

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk produsen barang asli, harus melakukan komunikasi untuk menekankan pesan bahwa produk asli tetap lebih baik dibandingkan dengan produk palsu. Beberapa hal yang juga bisa dilakukan adalah dengan menambah tahun garansi dari barang asli. Kalau biasanya garansi diberikan hanya paling lama 2 (dua) tahun, maka bisa juga ditambah hingga dengan 4 (empat) tahun, hal ini akan menambah nilai dari barang asli.
2. Pemerintah harus dapat mengingatkan dan mengedukasi konsumen lewat serangkaian komunikasi dan pendidikan terhadap masyarakat tentang bahayanya memproduksi, dan membeli barang palsu. Karena hal ini memang merugikan produsen barang asli dan juga pemerintah. Salah satu bentuk pendidikan juga bisa dilakukan di sekolah-sekolah. Seperti misalnya pendidikan etika bisnis di universitas-universitas yang ada di Indonesia, yang harus memuat fenomena pemalsuan barang sebagai salah satu jalan mencari uang yang salah atau melakukan bisnis yang bertentangan dengan etika dan juga hukum.

## DAFTAR PUSTAKA


Amstrong, G and Kotler,P (2011), *Principles of Marketing,* Jilid 14 Edisi E, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Ang, S.H., Cheng, P.S., Lim, E.A.C., Tambyah, S.K. 2001. "Spot the Difference: Consumer Responses Towards Counterfeits". *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 18 No.3 pp.219-35.

Bloch, P.H., Bush, R.F., Campbell, L. 1993. "Consumer „Accomplices" in Product Counterfeiting: a Demand-side Investigation". *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 10 No.2 pp.27-36.

Cheek and Easterling, 2008. "Fashion counterfeiting: Consumer Behavior Issues" Journal of Family and Consumer Science.

De Matos, C.A., Ituassu, C.T., Rossi, C.A.V. 2007. "Consumer Attitudes Toward Counterfeits: a Review and Extension". *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 24 No.1, pp.36-47.

Dimas, S. 2012. "Definisi Integritas". Diakses dari http://definisimu.blogspot.com/2012/09/definisi-integritas.html pada tanggal 18/9/13 pukul 05:29 WIB

Eisend, M., Schuchert-Güler, P. 2006. "Explaining Counterfeit Purchases: A Review and Preview". *Academy of Marketing Science Review.* Vol. 2006 No.12.

Furnham, A. Dan Valgeirsson, H. (2007). The effect of life values and materialism on buying counterfeit products. The Journal of Socio-Economics, 36, 677-685.

Ghozali, I (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, I (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I (2009), *Ekonometrika : Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harmandini, F. 2013. "10 Barang Bajakan Terpopuler di Amerika". Diakses dari http://female.kompas.com/read/2013/01/21/17435739/10.Barang.Bajakan.Terpopuler.di.Amerika pada tanggal 20/6/13 pukul 00:13 WIB.

Hartanto, P. H. 2012. Pengaruh Etika Konsumen, Risiko Keuangan, Dan Nilai Kesadaran Terhadap Sikap Pada Produk Bajakan Serta Tanggapan Paska Pembelian Produk Bajakan Jeans Wrangler (Skripsi), Yogyakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, (Tidak Dipublikasikan).

Hidayat dan Diwasasri.2013. Factors Influencing Attitudes and Intention to Purchase Counterfeit Luxury Brands among Indonesian Consumers. Journal of Marketing. Vol 5 No 4

Hidayat dan Phau, 2003. Pembajakan Produk: Dilema antara Barat dan Timur Kajian Literatur Pada Sisi Permintaan. Jurnal Siasat Bisnis. Hal.189-217.

Jurnal-sdm.blogspot.com, "Minat Beli", Diakses dari http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html pada tanggal 26/6/13 pukul 00:21 WIB

Jurnal-sdm.blogspot.com, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Suatu Produk", Diakses dari http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/06/faktor-yang-mempengaruhi.html pada tanggal 2/7/13 pukul 01:29 WIB

Khayratul, 2013. "Pengertian Perilaku Konsumen". Diakses dari http://babymonkey-khayratul.blogspot.com/2013/09/v-behaviorurldefaultvmlo.html pada tanggal 18/9/13 pukul 05:33 WIB

Kotler, P (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Implementasi dan Kontrol*, Jilid 2 Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Prenhallindo.

Maldonado, C., Hume, E. C. 2005. Attitude Toward Counterfeit Products: An Ethical Perspective, *Journal of legal ethical and regulator issues*, 105-117

Malhotra, N. K (2005), *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan*, Jilid 1 Edisi 4, Jakarta: Indeks Gramedia

Nia, A. Dan Zaichkowsky, J.L. (2000). Do counterfeits devalue the ownership pf luxury brands?. *The Journal of Product and Brand Management*, 9,7, 485.

Phau, I., Teah, M and Lee, A (2009), Targeting Buyers of Counterfeits of Luxury Brands : A Study on Attitudes of Singaporean Consumers, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 17(1), 3-15

Phau, I and Teah, M (2009), Devil wears (counterfeit) Prada: A Study of Antecedents and Outcomes of Attitudes Towards Counterfeits ofLuxury Brand,. *Journal of Consumer Marketing*, 26 (1), 15–27

Samsudinrembank.blogspot.com, "Populasi dan Sampel Penelitian", Diakses dari http://samsudinrembank.blogspot.com/2010/01/populasi-dan-sampel-penelitian_23.html pada tanggal 19/9/13 pukul 23:50 WIB

Setianto, D. B. 2012. Pengaruh Etika Konsumen, Resiko Keuangan, Dan Nilai Kesadaran Pada Sikap Terhadap Produk Bajakan Dan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Bajakan (Skripsi), Yogyakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, (Tidak Dipublikasikan)

Shvoong.com, "Pengertian Populasi Menurut para Ahli", Diakses dari http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2287971-pengertian-populasi-meurut-para-ahli/ pada tanggal 19/9/13 pukul 23:46 WIB

Sofia, K. A. 2013. Pengaruh Kerentanan Normatif, Nilai Kesadaran, dan Integritas Terhadap Sikap Pembelian Pada Produk Bajakan Serta Minat Beli Produk Bajakan (Skripsi), Yogyakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, (Tidak Dipublikasikan).

Supardi (2005), *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta : UII Pres

Wikipedia, "Integritas Sosial", Diakses dari http://id.wikipedia.org/wiki/integritas_sosial pada tanggal 18/9/13 pukul 05:00 WIB

Wikipedia, "Pemalsuan", Diakses dari http://id.wikipedia.org/wiki/pemalsuan pada tanggal 20/6/13 pukul 23:39 WIB

Lampiran 1

Kepada yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i Responden

Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Yogyakarta

Ditempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan diadakannya penelitian tentang **Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Dan Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian Terhadap Produk *Fashion* Bajakan**, maka saya mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I dapat meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan dalam kuisioner ini. jawaban yang anda berikan akan sangat berarti bagi saya, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan, atas kesediaan untuk mengisi kuisioner ini saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Oktober 2013

Hormat saya,

Via Retno Ayunda

## CARA PENGISIAN ANGKET

Beri tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

**Bagian pertama**

Petunjuk berikan tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai.

1. Jenis kelamin :
   a. Laki-laki
   b. Perempuan
2. Usia :
   a. < 20 tahun
   b. 21 – 23 tahun
   c. > 23 tahun
3. Jurusan :
   a. Manajemen
   b. Akuntansi
   c. Ilmu Ekonomi
4. Pendapatan / Uang saku per bulan
   a. < Rp 1.000.000
   b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
   c. Lebih dari Rp 3.000.000

## KUISIONER

Berilah silang (X) pada lajur penilaian sesuai dengan kesan anda atau sesuai variabel dibawah ini.

Keterangan :

1. **Sangat Setuju (SS)**
2. **Setuju ( S )**
3. **Tidak Setuju (TS)**
4. **Sangat Tidak Setuju (STS)**

| No | Kesesuaian Harga-Kualitas (*Price-Quality Inference*) | SS | S | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Semakin tinggi harga suatu produk, semakin tinggi kualitas | | | | |
| 2. | Harga merupakan indikator dari kualitas produk | | | | |
| 3. | Untuk mendapatkan yang terbaik konsumen harus membayar lebih | | | | |
| **No** | **Integritas (*Integrity*)** | **SS** | **S** | **TS** | **STS** |
| 1 | Saya menggangap kejujuran sebagai kualitas penting bagi karakter seseorang | | | | |
| 2. | Saya menganggap sangat penting bahwa orang bersikap sopan | | | | |
| 3. | Saya mengagumi orang yang bertanggung jawab | | | | |
| 4. | Saya suka orang-orang yang memiliki kontrol diri | | | | |

| No | Kepuasan Pribadi (*Personal Gratification)* | SS | S | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Perasaan berhasil mencapai sesuatu adalah hal yang sangat penting bagi saya | | | | |
| 2. | Saya adalah orang yang sangat menghargai pengakuan dari orang lain | | | | |
| 3. | Memiliki kehidupan yang nyaman dan menyenangkan adalah hal penting bagi saya | | | | |
| **No** | **Sikap Terhadap Produk Bajakan (*Attitude Toward Counterfeits Products)*** | **SS** | **S** | **TS** | **STS** |
| 1. | Mengingat harga, saya lebih memilih barang bajakan | | | | |
| 2. | Saya suka belanja barang-barang bajakan | | | | |
| 3. | Membeli barang-barang bajakan sebenarnya memberikan manfaat bagi konsumen | | | | |
| 4 | Tidak ada salahnya membeli barang-barang bajakan | | | | |
| 5 | Secara umum, membeli barang-barang bajakan adalah pilihan yang terbaik | | | | |

| No | Niat Perilaku (*Behavioral Intentions*) | SS | S | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Saya Suka membeli produk bajakan | | | | |
| 2 | Saya Mempertimbangkan membeli produk bajakan ketika akan membeli sesuatu | | | | |
| 3. | Saya Mencari informasi ketika akan membeli produk bajakan | | | | |

# LAMPIRAN 2

| | Kesesuaian Harga-Kualitas | | | | Integritas | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1** | **2** | **3** | | **1** | **2** | **3** | **4** | |
| 1 | 2 | 4 | 2 | 2,67 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,00 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 2,67 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3,00 |
| 5 | 1 | 4 | 4 | 3,00 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,50 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,50 |
| 8 | 3 | 4 | 1 | 2,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 9 | 3 | 4 | 1 | 2,67 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3,00 |
| 10 | 4 | 3 | 3 | 3,33 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,75 |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,75 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 2,00 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,75 |
| 13 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,50 |
| 14 | 1 | 4 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 15 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,75 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 19 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3,25 |
| 20 | 2 | 2 | 2 | 2,00 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2,50 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3,25 |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 24 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 26 | 2 | 3 | 3 | 2,67 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,75 |
| 27 | 3 | 3 | 1 | 2,33 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,50 |
| 28 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 29 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 30 | 4 | 4 | 2 | 3,33 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,75 |
| 31 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1,75 |
| 32 | 2 | 2 | 2 | 2,00 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2,50 |
| 33 | 2 | 1 | 3 | 2,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 34 | 3 | 2 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 35 | 3 | 2 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,75 |
| 36 | 2 | 3 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 38 | 3 | 4 | 1 | 2,67 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,75 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 40 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 41 | 2 | 2 | 1 | 1,67 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3,00 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,75 |
| 43 | 4 | 3 | 3 | 3,33 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3,25 |
| 44 | 3 | 4 | 2 | 3,00 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3,25 |
| 45 | 2 | 3 | 3 | 2,67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,75 |
| 46 | 2 | 2 | 2 | 2,00 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3,25 |
| 47 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 49 | 2 | 2 | 2 | 2,00 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,50 |
| 50 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 51 | 3 | 3 | 4 | 3,33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 53 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3,25 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3,00 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,75 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 60 | 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,50 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 3,33 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3,00 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3,25 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,75 |
| 64 | 3 | 3 | 1 | 2,33 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3,00 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,50 |
| 66 | 3 | 4 | 1 | 2,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 68 | 1 | 4 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3,25 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 72 | 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 73 | 3 | 1 | 4 | 2,67 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,50 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 74 | 1 | 2 | 2 | 1,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 75 | 2 | 1 | 1 | 1,33 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2,50 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 77 | 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 78 | 3 | 3 | 4 | 3,33 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,50 |
| 79 | 3 | 1 | 2 | 2,00 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3,00 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 81 | 1 | 2 | 3 | 2,00 | 4 | 1 | 2 | 4 | 2,75 |
| 82 | 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 83 | 4 | 1 | 1 | 2,00 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2,25 |
| 84 | 2 | 1 | 1 | 1,33 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1,75 |
| 85 | 1 | 4 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 86 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 87 | 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 89 | 4 | 3 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,75 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,75 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3,00 |
| 93 | 1 | 4 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 94 | 1 | 4 | 4 | 3,00 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3,50 |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 96 | 3 | 2 | 4 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| | 2,71 | 2,94 | 2,89 | 2,84 | 3,57 | 3,43 | 3,17 | 3,44 | 3,40 |

| Kepuasan Pribadi | | | | Sikap Terhadap Produk Bajakan | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,20 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3,40 |
| 4 | 2 | 3 | 3,00 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3,20 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 3 | 2 | 3,00 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 |
| 4 | 4 | 3 | 3,67 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 |
| 3 | 1 | 4 | 2,67 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2,60 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3,40 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 3 | 4 | 3,33 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3,00 |
| 4 | 2 | 2 | 2,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2,20 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 3 | 3,67 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3,20 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,20 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2,00 |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,00 |
| 3 | 4 | 3 | 3,33 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2,40 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 3 | 1 | 1 | 1,67 | 1 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2,40 |
| 3 | 4 | 3 | 3,33 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,80 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3,60 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2,40 |
| 4 | 2 | 2 | 2,67 | 3 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2,80 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,00 |
| 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 2 | 4 | 4 | 1 | 3,00 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3,20 |
| 4 | 2 | 1 | 2,33 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,20 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 1 | 2 | 2,33 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3,20 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2,60 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3,40 |
| 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2,80 |
| 3 | 2 | 1 | 2,00 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3,00 |
| 2 | 4 | 4 | 3,33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 3 | 3 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 2 | 1 | 2 | 1,67 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2,60 |
| 4 | 2 | 2 | 2,67 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3,00 |
| 3 | 4 | 4 | 3,67 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | 2 | 1 | 1,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3,20 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,60 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3,60 |
| 4 | 3 | 2 | 3,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 1 | 3 | 3 | 2,33 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3,60 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3,40 |
| 3 | 3 | 4 | 3,33 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,40 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 2 | 2 | 2,33 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3,20 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3,60 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3,00 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,60 |
| 4 | 4 | 3 | 3,67 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2,80 |
| 3 | 3 | 4 | 3,33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3,40 |
| 3 | 3 | 4 | 3,33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 3 | 2 | 2,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3,40 |
| 1 | 4 | 4 | 3,00 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,60 |
| 2 | 3 | 3 | 2,67 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,60 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 3 | 4 | 2,67 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3,60 |
| 4 | 2 | 1 | 2,33 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3,60 |
| 2 | 3 | 3 | 2,67 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,60 |
| 2 | 1 | 1 | 1,33 | 4 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3,00 |
| 2 | 4 | 4 | 3,33 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3,20 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,60 |
| 3 | 4 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 3 | 3 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 4 | 2 | 3,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 3 | 3,67 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 2,80 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3,60 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3,40 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3,60 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3,60 |
| 3,22 | 3,02 | 3,06 | 3,10 | 3,18 | 3,23 | 3,23 | 3,14 | 2,93 | 3,14 |

| Niat Perilaku | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | |
| 4 | 1 | 1 | 2,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 |
| 4 | 4 | 1 | 3,00 |
| 4 | 2 | 1 | 2,33 |
| 4 | 1 | 4 | 3,00 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 2 | 3 | 3 | 2,67 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 2 | 4 | 3,33 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 |
| 3 | 1 | 4 | 2,67 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 3 | 3 | 2 | 2,67 |
| 4 | 1 | 4 | 3,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | 2 | 3 | 2,33 |
| 1 | 4 | 4 | 3,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 2 | 2 | 2 | 2,00 |
| 3 | 3 | 3 | 3,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 2 | 2 | 4 | 2,67 |
| 2 | 4 | 4 | 3,33 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3 | 1 | 4 | 2,67 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 2 | 2 | 2,67 |
| 4 | 3 | 4 | 3,67 |
| 1 | 4 | 4 | 3,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 1 | 2 | 4 | 2,33 |
| 1 | 4 | 1 | 2,00 |
| 4 | 1 | 4 | 3,00 |
| 1 | 1 | 1 | 1,00 |
| 4 | 4 | 3 | 3,67 |
| 4 | 2 | 2 | 2,67 |
| 3 | 3 | 3 | 3,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 1 | 4 | 4 | 3,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 2 | 2 | 4 | 2,67 |
| 4 | 4 | 1 | 3,00 |
| 2 | 1 | 4 | 2,33 |
| 4 | 1 | 4 | 3,00 |
| 2 | 4 | 3 | 3,00 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 |
| 3 | 3 | 3 | 3,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 4 | 4 | 3,67 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2 | 3 | 4 | 3,00 |
| 2 | 4 | 4 | 3,33 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 3 | 2 | 3,00 |
| 4 | 1 | 4 | 3,00 |
| 1 | 2 | 4 | 2,33 |
| 4 | 4 | 2 | 3,33 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 4 | 4 | 4 | 4,00 |
| 3 | 3 | 3 | 3,00 |
| 1 | 4 | 4 | 3,00 |
| 1 | 4 | 4 | 3,00 |
| 4 | 4 | 1 | 3,00 |
| 4 | 2 | 4 | 3,33 |
| 4 | 3 | 3 | 3,33 |
| 4 | 2 | 4 | 3,33 |
| 2 | 3 | 3 | 2,67 |
| 3,21 | 3,04 | 3,33 | 3,19 |

# LAMPIRAN 3

**Uji Validitas Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Kepuasan Pribadi , Sikap dan Niat Perilaku Pembelian**

## A. Kesesuaian Harga-Kualitas (*Price-Quality Inference)*

**Correlations**

| | | 1 | 2 | 3 | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pearson Correlation | 1 | .643** | .579** | .841** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 2 | Pearson Correlation | .643** | 1 | .705** | .897** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 3 | Pearson Correlation | .579** | .705** | 1 | .880** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Total | Pearson Correlation | .841** | .897** | .880** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**B. Integritas (*Integrity*)**

**Correlations**

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pearson Correlation | 1 | .746** | .632** | .631** | .897** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 2 | Pearson Correlation | .746** | 1 | .522** | .566** | .852** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 3 | Pearson Correlation | .632** | .522** | 1 | .437** | .797** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 4 | Pearson Correlation | .631** | .566** | .437** | 1 | .779** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Total | Pearson Correlation | .897** | .852** | .797** | .779** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**C. Kepuasan Pribadi (*Personal Gratification*)**

**Correlations**

| | | 1 | 2 | 3 | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pearson Correlation | 1 | .574** | .538** | .802** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 2 | Pearson Correlation | .574** | 1 | .817** | .914** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 3 | Pearson Correlation | .538** | .817** | 1 | .904** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Total | Pearson Correlation | .802** | .914** | .904** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## D. Sikap Terhadap Produk Bajakan (*Attitude Toward Counterfeits Product*)

**Correlations**

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pearson Correlation | 1 | .769** | .673** | .508** | .430** | .838** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 2 | Pearson Correlation | .769** | 1 | .720** | .565** | .528** | .891** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 3 | Pearson Correlation | .673** | .720** | 1 | .512** | .427** | .826** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 4 | Pearson Correlation | .508** | .565** | .512** | 1 | .393** | .743** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 5 | Pearson Correlation | .430** | .528** | .427** | .393** | 1 | .708** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Total | Pearson Correlation | .838** | .891** | .826** | .743** | .708** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**E. Niat Perilaku (*Behavioral Intentions*)**

**Correlations**

| | | 1 | 2 | 3 | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pearson Correlation | 1 | .324** | .327** | .744** |
| | Sig. (2-tailed) | | .001 | .001 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 2 | Pearson Correlation | .324** | 1 | .370** | .757** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | | .000 | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 3 | Pearson Correlation | .327** | .370** | 1 | .744** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |
| Total | Pearson Correlation | .744** | .757** | .744** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 96 | 96 | 96 | 96 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

# LAMPIRAN 4

## Uji Reliabilitas Variabel Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, Kepuasan Pribadi, Sikap dan Niat Perilaku Pembelian

### a. Kesesuaian Harga dan Kualitas (*Price-Quality Inference*)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .843 | 3 |

### b. Integritas (Integrity)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .845 | 4 |

### c. Kepuasan pribadi (*Personal Gratification*)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .844 | 3 |

### d. Sikap Terhadap Produk Bajakan (*Attitude Toward Counterfeited Product*)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .857 | 5 |

### e. Niat Perilaku (*Behavioral Intentions*)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .607 | 3 |

# LAMPIRAN 5

## Uji Analisis Regresi Pengaruh Faktor Kesesuaian Harga-Kualitas, Integritas, dan Kepuasan Pribadi Terhadap Sikap Serta Niat Perilaku Pembelian

### a. UJI REGRESI LINIER BERGANDA MODEL I

**Variables Entered/Removed[a]**

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|---|---|---|---|
| 1 | X3, X1, X2[b] | . | Enter |

a. Dependent Variable: Y1

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .733[a] | .538 | .523 | .63435 |

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 43.068 | 3 | 14.356 | 35.676 | .000[b] |
| | Residual | 37.021 | 92 | .402 | | |
| | Total | 80.090 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .566 | .271 | | 2.091 | .039 |
| | X1 | .165 | .078 | .192 | 2.113 | .037 |
| | X2 | .262 | .111 | .245 | 2.352 | .021 |
| | X3 | .391 | .099 | .403 | 3.969 | .000 |

a. Dependent Variable: Y1

## b. UJI REGRESI LINIER MODEL II

**Variables Entered/Removed[a]**

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|---|---|---|---|
| 1 | Y1[b] | . | Enter |

a. Dependent Variable: Y2

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .670[a] | .449 | .443 | .62492 |

a. Predictors: (Constant), Y1

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 29.881 | 1 | 29.881 | 76.515 | .000[b] |
| | Residual | 36.710 | 94 | .391 | | |
| | Total | 66.591 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: Y2

b. Predictors: (Constant), Y1

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.277 | .228 | | 5.591 | .000 |
| | Y1 | .611 | .070 | .670 | 8.747 | .000 |

a. Dependent Variable: Y2

# LAMPIRAN 6

## UJI ASUMSI KLASIK

## Tabel 4.14

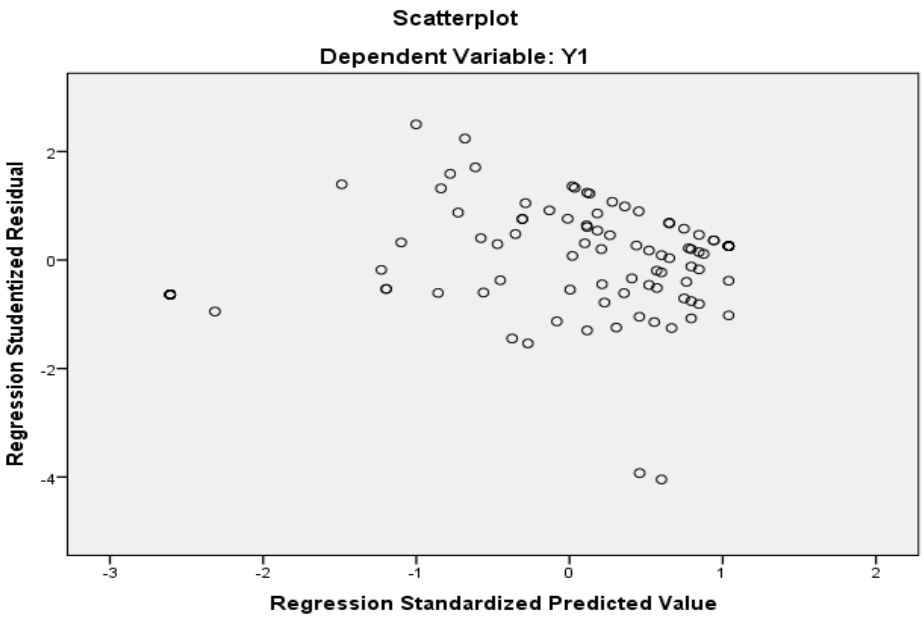
### Hasil Uji Multikolinieritas

**Coefficients[a]**

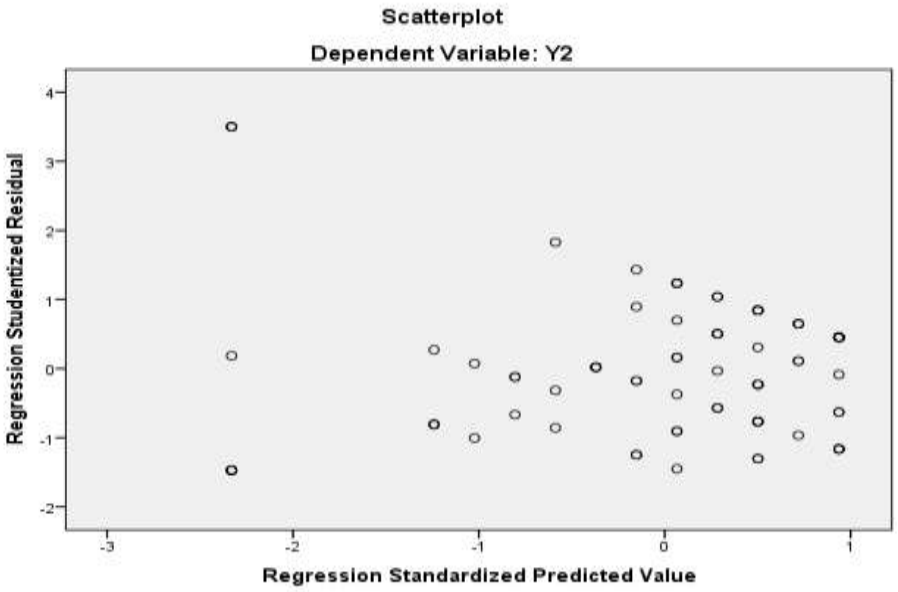
| Model | | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | X1 | .608 | 1.645 |
| | X2 | .463 | 2.158 |
| | X3 | .487 | 2.052 |

a. Dependent Variable: Y1

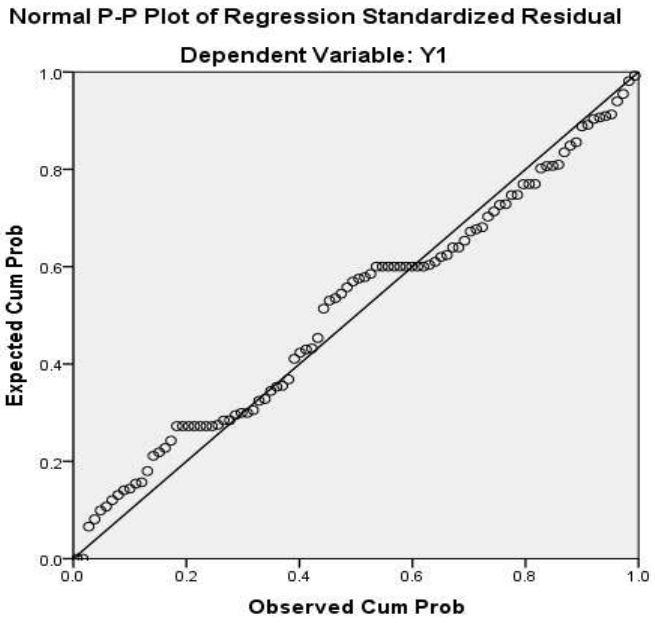
### Uji Heteroskedastisitas Regresi Model I



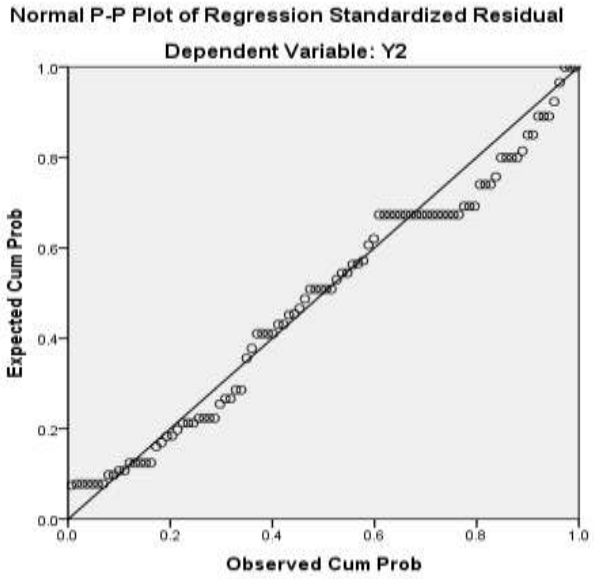
## Uji Heteroskedastisitas Regresi Model II




## Hasil Uji Normalitas Regresi Model I



**Hasil Uji Normalitas Regresi Model II**




**Hasil Uji Linieritas Regresi Model 1**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .051[a] | .003 | -.030 | .63352724 |

a. Predictors: (Constant), X32, X12, X22

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

**Hasil Uji Linieritas Regresi Model 1I**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .010[a] | .000 | -.011 | .62489202 |

a. Predictors: (Constant), Y12

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

HASIL KORELASI PARSIAL

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Correlations | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Zero-order | Partial | Part |
| 1 | (Constant) | .566 | .271 | | 2.091 | .039 | | | |
| | X1 | .165 | .078 | .192 | 2.113 | .037 | .562 | .215 | .150 |
| | X2 | .262 | .111 | .245 | 2.352 | .021 | .636 | .238 | .167 |
| | X3 | .391 | .099 | .403 | 3.969 | .000 | .680 | .382 | .281 |

a. Dependent Variable: Y1

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Correlations | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Zero-order | Partial | Part |
| 1 | (Constant) | 1.277 | .228 | | 5.591 | .000 | | | |
| | Y1 | .611 | .070 | .670 | 8.747 | .000 | .670 | .670 | .670 |

a. Dependent Variable: Y2