ABSTRACT

This research aimed to investigate the influence of extrinsic cues and intrinsic cues and risk aversion towards purchase intention and post-purchase feelings of counterfeited sport shoes. This research study expected to get business strategy for decreasing counterfeit products circulation. This research study collected data only from students in Yogyakarta. 120 repondents involved to give respond for the survey. The research concluded that extrinsic cues has a significant and positive influence toward purchase intention, while intrinsic cues and risk aversion has a negative influence toward purchase intention. Moreover, the study revealed that purchase intention has a significant and negative influence toward post-purchase feelings.

Keywords: counterfeit, extrinsic cues, intrinsic cues, risk aversion, purchase intention, post-purchase feelings

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh atribut ekstrinsik dan intrinsik produk serta sikap menolak resiko terhadap niat beli dan perasaan paska beli sepatu olahraga palsu. Penelitian ini diharapkan akan memperoleh strategi bisnis untuk mengurangi peredaran produk palsu. Penelitian ini mengumpulkan data hanya dari mahasiswa di Yogyakarta. 120 responden terlibat dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek isyarat ekstrinsik produk terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat beli konsumen sedangkan isyarat intrinsik produk dan sikap menolak resiko terbukti memiliki hubungan negatif terhadap niat beli konsumen. Lebih lanjut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat beli produk palsu terbukti memiliki hubungan signifikan dan negatif terhadap perasaan paska beli produk sepatu olahraga palsu.

Keywords: pemalsuan, atribut ekstrinsik produk, atribut intrinsik produk, sikap menolak resiko, niat beli, perasaan paska beli