

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR KEPERIBADIAN PADA  
NIAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP TERHADAP SEPATU  
*SNEAKER KW***

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

**Micielena Vernica Sany**

**NPM: 15 03 22420**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2019**

**Skripsi**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR KEPERIBADIAN PADA  
NIAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP TERHADAP SEPATU  
*SNEAKER KW***

**Disusun oleh:**

**Micielena Vernica Sany**

**NPM: 15 03 22420**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.**

**15-07-2019**

**Skripsi**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR KEPRIBADIAN PADA  
NIAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP TERHADAP SEPATU  
SNEAKER KW**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Micielena Vernica Sany**

**NPM: 15 03 22420**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 9 Agustus 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai derajat sarjana (S1)  
program studi manajemen

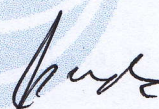
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

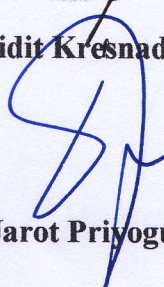


**Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.**

**Anggota Panitia Penguji**



**P. Didit Kresnadewara, MM.**



**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

**Yogyakarta, 19 Agustus 2019**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR KEPERIBADIAN PADA  
NIAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP TERHADAP SEPATU  
*SNEAKER KW***

adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan, baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau karya orang lain, telah saya nyatakan secara tertulis diskripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15-07-2019

Yang menyatakan



Micielena Vernica Sany

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Kepribadian Pada Niat Beli Yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap Sepatu *Sneaker* KW” dijadikan sebagai syarat akhir untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih pada:

1. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku dosen pembimbing dalam menyusun skripsi ini dan juga sebagai motivator penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga tercinta (Papa, Mama, Brian, Dicta) yang senantiasa memberi doa dan dukungan agar penulis segera menyelesaikan skripsi.
3. Andreas Manihuruk yang senantiasa memberikan motivasi, doa, dukungan serta inspirasi sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
4. Aslab Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah membantu penulis untuk menyelesaikan segala permasalahan dalam pembuatan skripsi ini.
5. Teman-teman semenjak semester satu (Nanda Ronsumbre, Kelvin, Edo, Dion, Bayu, Christian, Bintang, Shelia, Irfan, Devita, Wulan, Nanda Parijata, Firna, Genni, Yandi) yang berkontribusi dalam kehidupan perkuliahan penulis.
6. Semua Anggota HMPSM dan PIPH HMPSM 2015 yang sudah membantu penulis dalam berproses dan berkembang selama masa perkuliahan.

7. Visca, Adit, Selly, Ghea, Tyas, Bagus Reynaldy, Cik Thea, Giok, Adel, Yuni, Kak Johan, dan Kak Dion yang membantu dan senantiasa memberi semangat penulis.
8. BPH pameran KKN 74 (Rio dan Putri).
9. Teman-teman angkatan 2015 Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan khususnya teman seperjuangan bimbingan skripsi Prof. Shelly terutama Widi, Shelia, Valen, Steven, dan Lala.
10. Serta semua pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas kesalahan-kesalahan yang telah dilakukan apabila ada kata-kata yang kurang berkenan di hati semua pihak dan semoga melalui penyusunan skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, 15-07- 2019

Penulis,

Micielena Vernica Sany



*“Dum Spiro Spero”*

*Selama saya bernafas, Saya*

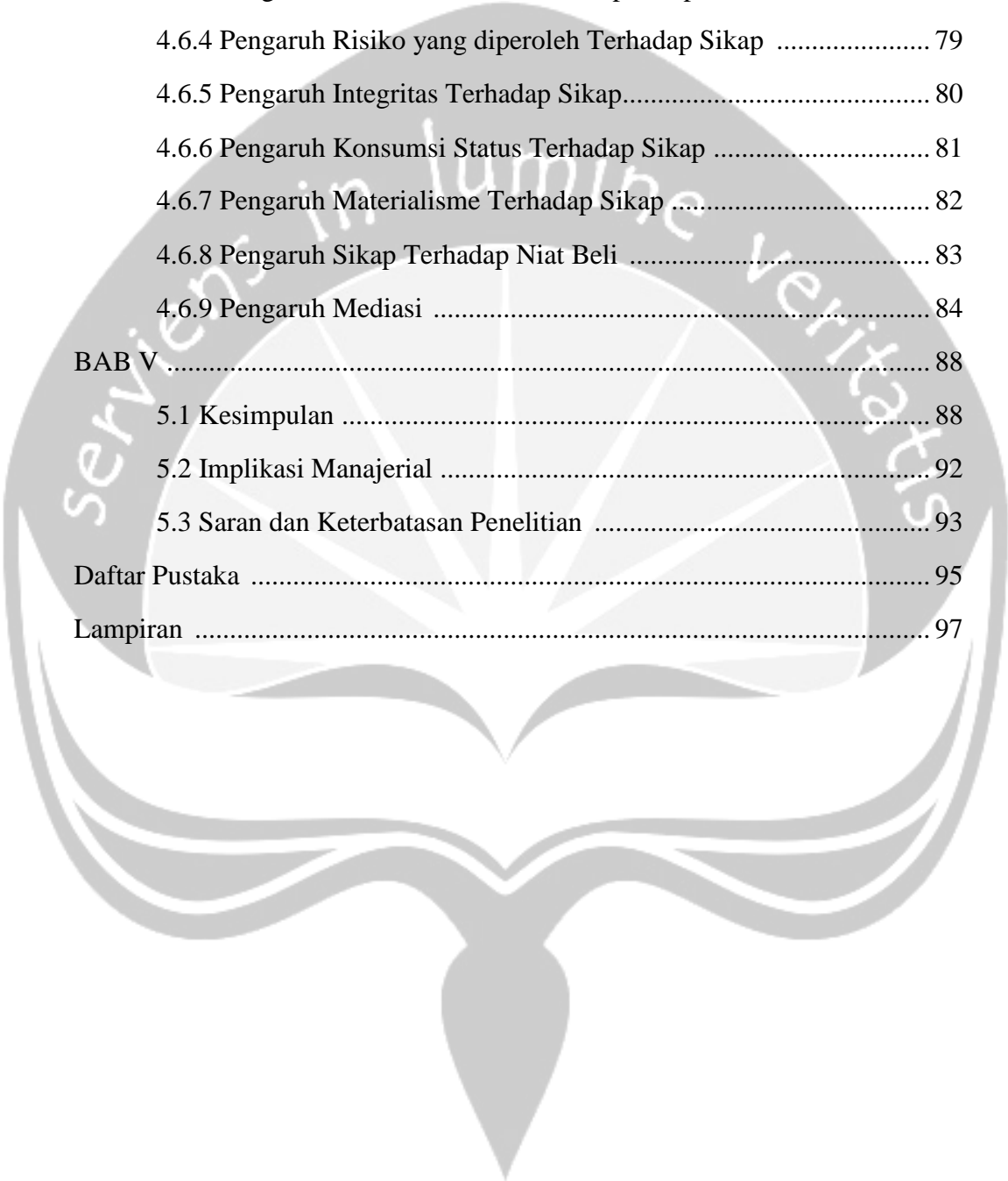
*berharap.*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Motto .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Intisari .....	xiv
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penelitian .....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>13</b>
2.1 <i>Counterfeit Products</i> /Barang KW .....	13
2.2 Pemberian Lisensi ( <i>Licensing</i> ) .....	15
2.3 Faktor yang mempengaruhi pembelian .....	15
2.4 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) .....	17
2.5 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	19
2.6 Penelitian Terdahulu .....	22
2.7 Hipotesis .....	27
2.7.1 Faktor Sosial .....	27
2.7.2 Faktor Kepribadian .....	28
2.7.3 Sikap Konsumen Terhadap Barang KW .....	31



2.7.4 Efek Mediasi .....	32
2.8 Model Hipotesis .....	34
BAB III .....	35
3.1 Lingkup Penelitian .....	35
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.3 Metode Pengukuran Data .....	36
3.3.1 Kuesioner .....	36
3.4 Definisi Operasional .....	37
3.5 Metode Analisis Data .....	42
3.5.1 Analisis Karakteristik dan Statistik Deskriptif Responden .....	42
3.5.2 Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS) dan SPSS .....	42
3.5.3 Analisis <i>One-Way ANOVA</i> .....	46
BAB IV .....	47
4.1 Pendahuluan .....	47
4.2 Analisis Karakteristik Deskriptif Responden .....	52
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku atau Pendapatan per Bulan.....	54
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	54
4.4 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	56
4.4.1 Langkah Pertama: Merancang Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	56
4.4.2 Langkah Kedua: Merancang Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	64
4.4.2 Langkah Ketiga: Pengujian Hipotesis .....	65
4.5 Analisis Uji <i>One-Way ANOVA</i> .....	73
4.4.1 Uji Beda Berdasarkan Usia .....	72
4.4.2 Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73



4.4.3 Uji Beda Berdasarkan Uang Saku atau Pendapatan per Bulan ...	75
4.6 Pembahasan .....	77
4.6.1 Pengaruh Kerentanan Informasi Terhadap Sikap .....	77
4.6.2 Pengaruh Kerentanan Normatif Terhadap Sikap .....	78
4.6.3 Pengaruh Kesadaran Nilai Terhadap Sikap .....	79
4.6.4 Pengaruh Risiko yang diperoleh Terhadap Sikap .....	79
4.6.5 Pengaruh Integritas Terhadap Sikap.....	80
4.6.6 Pengaruh Konsumsi Status Terhadap Sikap .....	81
4.6.7 Pengaruh Materialisme Terhadap Sikap .....	82
4.6.8 Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli .....	83
4.6.9 Pengaruh Mediasi .....	84
BAB V .....	88
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Implikasi Manajerial .....	92
5.3 Saran dan Keterbatasan Penelitian .....	93
Daftar Pustaka .....	95
Lampiran .....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Tabel Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasional .....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Deskriptif Responden.....	52
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif .....	55
Tabel 4.3 AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ) .....	58
Tabel 4.4 <i>Cross Loading</i> .....	59
Tabel 4.5 <i>Fornell-Lacker criterion</i> .....	62
Tabel 4.6 <i>Composite Reliability</i> .....	63
Tabel 4.7 <i>R-square</i> .....	64
Tabel 4.8 <i>Path Coefficient</i> .....	65
Tabel 4.9 Specific Indirect Effects .....	69
Tabel 4.10 Uji Beda Berdasarkan Usia .....	73
Tabel 4.10 Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.11 Uji Beda Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan per Bulan .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Pilot Studi.....	95
Kuesioner Penelitian .....	103
Data Responden .....	107
Model Penelitian .....	124
Model Konstruk .....	125
<i>Cross Loading</i> .....	126
<i>Bootsrapping</i> .....	128
<i>Specific Indirect Effects</i> .....	129
Analisis Statistik Deskriptif .....	130
Uji <i>One Way</i> -ANOVA .....	131

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Negara-negara yang paling keras dihantam penjualan barang KW berdasarkan penyitaan sepanjang tahun 2011-2013.....	3
Gambar 1.2 Data Negara Asal Barang KW Berdasarkan Barang Penyitaan Sepanjang Tahun 2011.....	4
Gambar 1.3 Data Negara Asal Barang KW Berdasarkan Barang Penyitaan Sepanjang Tahun 2012.....	4
Gambar 1.4 Data Negara Asal Barang KW Berdasarkan Barang Penyitaan Sepanjang Tahun 2013.....	5
Gambar 1.5 7 Macam <i>Counterfeit Products</i> yang Tertinggi di Indonesia.....	6
Gambar 1.6 Macam Sepatu <i>Sneakers</i> .....	7
Gambar 2.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	19
Gambar 2.2 <i>Theory of Planned Behavioral</i> (TPB) .....	20
Gambar 2.3 Model Penelitian .....	34
Gambar 3.1 Model Mediasi.....	44
Gambar 4.1 Pertanyaan Filter Pertama .....	48
Gambar 4.2 Pertanyaan Filter Kedua .....	49
Gambar 4.3 Pertanyaan Filter Ketiga.....	50
Gambar 4.4 Merek Sepatu <i>Sneaker</i> KW yang Pernah Dibeli .....	51
Gambar 4.5 Model Struktural .....	56
Gambar 4.6 Model Konstruk Pertama .....	57

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR KEPERIBADIAN PADA  
NIAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP TERHADAP SEPATU  
SNEAKER KW**

**Disusun oleh :**

**Micielena Vernica Sany**

**NPM : 15 03 22420**

**Pembimbing :**

**Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.**

**Abstrak**

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui faktor sosial dan faktor kepribadian mempengaruhi sikap konsumen Indonesia terhadap niat beli sepatu *sneaker* KW. Obyek penelitian ini adalah niat beli sepatu *sneaker* KW. Faktor yang diteliti adalah faktor sosial (terdiri dari kerentanan informasi dan kerentanan informatif) dan faktor kepribadian (terdiri dari kesadaran nilai, risiko yang diperoleh, integritas, konsumsi status, dan materialisme). Responden dalam penelitian ini berjumlah 161 orang yang pernah melakukan pembelian sepatu *sneaker* KW. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sedangkan analisis data yang digunakan adalah dengan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan software smartPLS V.3.2.8. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran nilai, risiko yang diperoleh, dan integritas mempengaruhi sikap konsumen terhadap barang KW. Variabel kerentanan informasi juga mempengaruhi sikap konsumen terhadap barang KW secara positif. Sedangkan kerentanan normatif, konsumsi status, dan materialisme tidak mempengaruhi sikap konsumen terhadap barang KW. Hasil mediasi diperoleh bahwa sikap memediasi kerentanan informasi, kesadaran nilai, risiko yang diperoleh dan integritas pada niat beli konsumen. Sikap mempengaruhi secara positif terhadap niat beli konsumen Sedangkan untuk variabel lainnya yaitu kerentanan normatif, konsumsi status dan materialisme tidak terdapat efek mediasi.

**Kata kunci:** Perilaku Konsumen, Barang KW, Niat Beli, Faktor Sosial, Faktor Kepribadian.