

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

(Studi terhadap *counterfeit* sepatu Nike)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1) Pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Nikolas Endrico Wibowo

NPM: 200325764

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

(Studi terhadap *counterfeit* sepatu Nike)

Disusun Oleh:

Nikolas Endrico Wibowo

NPM: 200325764

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Theresia Diah Widiastuti, SE., M.Si.

16 Juli 2024

ii

LEMBAR PENGESAHAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION*
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
(Studi terhadap *counterfeit* sepatu Nike)

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Nikolas Endrico Wibowo

NPM: 200325764

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada tanggal 10 Juli 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

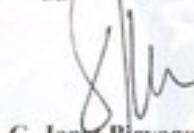
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

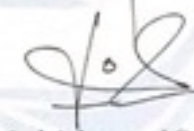


Theresia Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Piryogutomo, MBA



Api Adyantari, SA., MBA

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph. D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

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

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

(Studi terhadap *counterfeit* sepatu Nike)

Semua hasil, isi, dan gagasan yang terdapat dalam skripsi ini merupakan karya pribadi saya. Saya telah dengan tegas mencantumkan referensi dari sumber tulisan atau ide orang lain yang saya gunakan dalam daftar pustaka skripsi ini. Jika di kemudian hari terungkap bahwa saya telah melakukan plagiat, baik sebagian maupun seluruh isi skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta akan dinyatakan tidak sah, dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Juli.2024

Yang menyatakan



Nikolas Endrico Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, kemurahan hati dan rahmat yang telah diberikan-Nya selama penulisan penelitian ini. Berkat Tuhan Yang Maha Esa peneliti dimampukan untuk menjalankan masa studinya dari awal semester sampai akhir semester hingga dapat menuliskan penelitian skripsi ini sebagai syarat akhri kelulusan. Penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* BERDASARKAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Studi terhadap *counterfeit* sepatu Nike)” dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa masih ada beberapa kekurangan dan hambatan yang dihadapi selama penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dengan memberikan informasi, bimbingan, dukungan penuh, serta dorongan untuk terus melanjutkan penelitian skripsi ini hingga selesai. Beberapa pihak yang terlibat dalam mendukung penelitian ini antara lain:

- 1) Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan bimbingan, perlindungan, dan berkat, serta menjaga kesehatan peneliti selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
- 2) Terima kasih kepada Ibu Diah Widiastuti Th., SE.,M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah sabar memberikan waktu, bimbingan,

dorongan, arahan, dan masukan berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

- 3) Kepada saudari Helena Yovita Junijanto, S.M., M. sebagai Asisten Dosen Pembimbing yang dengan kesabaran memberikan bantuan, waktu, dorongan, serta masukan penting dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
- 4) Bapak Fransiscus Xaverius Ariwibowo, Ibu Fransisca Endang Sugiyati, Aurelia Griska Gyati, dan Samuel Kiki Triwibowo, serta anggota keluarga lainnya yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, dan berkat baik secara materi maupun moral tanpa henti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan tepat waktu.
- 5) Brenda Natalia yang telah memberikan dukungan, hiburan, kasih sayang dan doa sejak awal masa perkuliahan hingga tahap akhir perkuliahan.
- 6) Terima kasih kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu dan berkontribusi di lingkungan akademik selama studi di universitas tersebut.
- 7) Penghargaan juga disampaikan kepada seluruh dosen, karyawan, dan staf FBE UAJY yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama empat tahun peneliti menjalani studi di FBE UAJY.
- 8) Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan dalam grup payung, yaitu Henry William Corputty, Putri Gabriella, Michellin Chendy,

Christophorus Dustin, dan Abrian Budi, yang telah menjadi teman sejak awal perkuliahan dan saling membantu dalam perjalanan studi.

- 9) Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
- 10) Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- 11) Terakhir, peneliti ingin mengapresiasi diri sendiri atas dedikasi, semangat, dan kerja kerasnya dalam menyelesaikan studi ini dari awal hingga akhir.

Peneliti mengakhiri skripsi ini dengan sepenuh hati dan menyadari masih adanya kekurangan dalam penyusunan. Peneliti memohon maaf atas kekurangan tersebut dan berharap skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti di masa depan. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Yang menyatakan



Nikolas Endrico Wibowo

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SUSUNAN PANITIA PENGUJI	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian teori.....	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	12
2.1.2 <i>Attitude (Attitude)</i>	14
2.1.3 <i>Kontrol Perilaku yang Dirasakan (Perceived Behavioral Control)</i>	15
2.1.4 <i>Subjective Norm (Subjective Norm)</i>	16
2.1.5 <i>Kesadaran Merek (Brand Consciousness)</i>	16
2.1.6 <i>Persepsi Risiko (Perceived Risk)</i>	17
2.1.7 <i>Niat Membeli (Purchase Intention)</i>	18
2.2 Studi Penelitian Terdahulu	20
2.3 Model Kerangka Penelitian	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	28
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis, Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	33
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1 <i>Metode Sampling</i>	34
3.3 Metode Pengumpulan Data	36

3.3.1	<i>Data Primer</i>	36
3.3.2	<i>Data Sekunder</i>	37
3.4	Definisi Oprasional Variabel.....	37
3.5	Metode Pengukuran Data	41
3.6	Metode Analisis Data	43
3.6.1	<i>Statistik Deskriptif</i>	44
3.7	<i>Uji Measurement Model (Outer Model)</i>	45
3.7.1	<i>Uji Validitas</i>	45
3.7.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	47
3.8	<i>Uji Structural Model (Inner Model)</i>	47
3.9	<i>Multi Group Analysis (MGA)</i>	48
3.10	Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Analisis Deskriptif Demografi Responden.....	51
4.2	Analisis Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter Kuisisioner	54
4.3	Analisi Statistik Deskriptif Variabel	57
4.3.1	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Purchase Intention</i>	58
4.3.2	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Attitude</i>	60
4.3.3	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Subjective Norm</i>	62
4.3.4	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Perceived Behavior Control</i>	64
4.3.5	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Brand Consciousness</i>	66
4.3.6	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Perceived Risk</i>	68
4.4	Analisis SEM-PLS	70
4.4.1	<i>Merancang Model Struktur</i>	70
4.4.2	<i>Merancang Model Pengukuran (Outer Model)</i>	71
4.4.3	<i>Evaluasi Goodness of Fit: Outer Model</i>	73
4.4.3.1	<i>Evaluasi Uji Validitas: Konvergen</i>	74
4.4.3.2	<i>Evaluasi Uji Validitas: Diskriminan</i>	78

4.4.3.3	<i>Evaluasi Uji Reabilitas</i>	80
4.4.4	<i>Evaluasi Goodness of Fit: Inner Model</i>	82
4.4.4.1	<i>Pengujian R-Square</i>	83
4.4.4.2	<i>Pengujian Q-Square</i>	84
4.4.5	<i>Pengujian Hipotesis</i>	86
4.5	<i>Analisis Multi Group Analysis (MGA)</i>	89
4.6	<i>Pembahasan Hipotesis</i>	95
4.6.1	<i>Pengaruh Attitude terhadap Purchase Intention</i>	95
4.6.2	<i>Pengaruh Perceived Behavior Control terhadap Purchase Intention</i>	96
4.6.3	<i>Pengaruh Perceived Risk terhadap Attitude</i>	97
BAB V PENUTUP		99
5.1	<i>Kesimpulan</i>	99
5.2	<i>Kesimpulan Berdasarkan Analisis Deskriptif</i>	100
5.3	<i>Implikasi Manajerial</i>	101
5.4	<i>Keterbatasan Penelitian</i>	104
5.5	<i>Saran Penelitian Ke Depan</i>	105
5.5.1	<i>Bagi Peneliti</i>	105
5.5.2	<i>Bagi Masyarakat</i>	106
5.5.3	<i>Bagi Perusahaan</i>	106
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN		114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	13
Gambar 2.2 Model Kerangka Penelitian	28
Gambar 4.1 Model Struktural PLS-SEM	72
Gambar 4.2 Model Struktural PLS <i>Algorithm</i>	75
Gambar 4.3 Model Struktural PLS <i>Algorithm</i>	84
Gambar 4.4 Model Struktural PLS <i>Bootstrapping</i>	88
Gambar 4.5 <i>Multigroup Analysis (PLS-MGA)</i>	91
Gambar 4.6 <i>Multigroup Analysis (PLS-MGA) Bootstrapping</i>	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Produk <i>counterfeit</i> di Indonesia Tahun 2020 oleh MIAP	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 3.4 Pengukuran Inner Model.....	48
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Status	52
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per-Bulan	53
Tabel 4.4 Pertanyaan <i>Filter</i> Pertama.....	55
Tabel 4.5 Pertanyaan <i>Filter</i> Kedua	56
Tabel 4.6 Pertanyaan <i>Filter</i> Ketiga	57
Tabel 4.7 Pertanyaan <i>Filter</i> Keempat	58
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Purchase Intention</i>	60
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Attitude</i>	61
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Subjective Norm</i>	63
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Perceived Behavior Control</i>	66
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Brand Consciousness</i>	68
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Perceived Risk</i>	69
Tabel 4.14 Indikator Variabel Laten	73
Tabel 4.15 Nilai <i>Outer Loading (Loading Factors)</i> PLS-SEM	76
Tabel 4.16 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	78
Tabel 4.17 Nilai Cross Loading	79
Tabel 4.18 Nilai Fornell – Larcker Criterion	82
Tabel 4.19 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reability</i>	83
Tabel 4.20 Hasil <i>R-Square</i>	85
Tabel 4.21 Hasil <i>Q-Square</i>	86
Tabel 4.22 Path Coefficient.....	90
Tabel 4.23 <i>Multigroup Analysis (PLS-MGA)</i> Pengaruh langsung	92
Tabel 4.24 <i>Bootstrapping multigroup analysis (PLS-MGA)</i> Pengaruh langsung ...	93

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT PENGANTAR KUISIONER.....	117
LAMPIRAN 2 DRAFT KUISIONER	119
LAMPIRAN 3 KUISIONER DARING (GOOGLE FORM)	128
LAMPIRAN 4 HASIL PENGISIAN KUISIONER DARING (GOOGLE FORM)	144
LAMPIRAN 5 HASIL OLAH DATA SMART-PLS.....	151
LAMPIRAN 6 STRUKTUR KERANGKA SEM-PLS.....	156
LAMPIRAN 7 JURNAL ACUAN	162

i

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

(Studi terhadap *counterfeit* sepatu Nike)

Nikolas Endrico Wibowo

Diah Widiastuti Th., SE.,M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi *Purchase Intention* berdasarkan *theory of planned behavior*. Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia. Sebanyak 231 responden menjadi sampel penelitian ini, yang dipilih melalui penggunaan kuesioner *Google Form*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan menggunakan skala likert 5 poin. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *software Partial Least Square* (SmartPLS) versi 4, serta *Multi Group Analysis with Partial Least Square* (MGA-PLS) untuk membandingkan generasi Z dan Y. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Attitude* dan *Perceived Behavior Control* berdampak positif terhadap *Purchase Intention*, sedangkan *Brand Consciousness*, *Perceived Risk*, dan *Subjective Norm* berdampak negatif. *Perceived Risk* juga berdampak positif terhadap *Attitude* terhadap niat beli produk *counterfeit* sepatu merek Nike.

Kata Kunci: *Attitude, Perceived Behavior Control, Brand Consciousness, Subjective Norm, Perceived Risk, Purchase Intention*