

TESIS

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP  
PRODUK *COUNTERFEIT*  
(Studi pada Perilaku Pembelian *Gadget* Mahasiswa)**



JANUAR SUTRISNO

No.Mhs.: 115001549/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2012



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

**PERSETUJUAN TESIS**

Nama : JANUAR SUTRISNO  
Nomor Mahasiswa : 115001549/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Sikap Konsumen terhadap Produk *Counterfeit*  
(Studi pada Perilaku Pembelian *Gadget* Mahasiswa)

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda tangan**

Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : JANUAR SUTRISNO  
Nomor Mahasiswa : 115001549/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Sikap Konsumen terhadap Produk *Counterfeit*  
(Studi pada Perilaku Pembelian *Gadget* Mahasiswa)

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
(Ketua) Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.	24 Sept 2012	
(Anggota) Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA	.....	
(Anggota) Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D	.....	

Kétua Program Studi,  
Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
**PERNYATAAN**

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

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK *COUNTERFEIT***

**(Studi pada Perilaku Pembelian *Gadget* Mahasiswa)**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain. Pernyataan, ide, dan data hasil penelitian maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini pada catatan perut atau daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil plagiasi, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 19 September 2012

Yang menyatakan,

Januar Sutrisno

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK *COUNTERFEIT***  
**(Studi pada Perilaku Pembelian *Gadget* Mahasiswa)**

Disusun oleh:

**Januar Sutrisno**

**NIM: 115001549**

**Pembimbing utama**

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

**ABSTRAK**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji beberapa faktor pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit* dan dampaknya pada niat konsumen untuk membeli *gadget counterfeit*. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan pada mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dan didapatkan data 147 responden yang diolah sebagai hasil dari penelitian ini. Pengujian data menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda.

Hasil yang diperoleh hanya faktor integritas yang tidak signifikan pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*. Faktor-faktor lainnya yang berhubungan signifikan adalah *price-quality inference* (-), penolakan risiko (-), risiko terpersepsi (-), norma subyektif (+), gratifikasi pribadi (+) dan sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit* (+).

**Kata kunci:** *Counterfeit*, perilaku konsumen, Yogyakarta

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK *COUNTERFEIT***  
**(Studi pada Perilaku Pembelian *Gadget* Mahasiswa)**

**Compiled by:**

**Januar Sutrisno**

**NIM: 115001549**

**Supervisor**

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

**ABSTRACT**

These research objectives are to examine the determinants of attitude toward counterfeits and the impact on behavioral intentions in purchasing counterfeit products. The data used in this study were gathered by spread the questionnaires to Yogyakarta university students. This research used purposive sampling as a sampling technique and the data obtained were processed 147 respondents as the result of this research. Regression were used to analyze the data.

The result showed that only integrity that did not significant in affect attitude toward gadget counterfeits. The determinants that significant were price quality inference (-), risk averseness (-), perceived risk (-), subjective norm (+), personal gratification (+) and attitude toward counterfeits (+).

**Keywords:** Counterfeit, consumer behavior, Yogyakarta

## KATA PENGANTAR

Syukur dan terimakasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kebaikan dan rahmat-Nya. Dengan rahmat Tuhan Yesus yang berlimpah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul **SIKAP KONSUMEN TERHADAP GADGET COUNTERFEIT (Studi pada Perilaku Pembelian Gadget Mahasiswa)** dengan baik dan tepat waktu. Tesis ini diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar pasca sarjana di Program Studi Magister Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses menyelesaikan tesis ini peneliti banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak. Ucapan terima kasih tersebut peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tesis, peneliti mengucapkan terima kasih atas kesabaran dan kesediaan waktu selama proses pembimbingan dari awal mula hingga sampai penyelesaian.
2. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku Dosen Penguji Seminar Tesis, peneliti mengucapkan terima kasih atas segala masukan kritik dan saran pada waktu ujian seminar proposal tesis ini.
3. Bapak Drs., J. Sudarsono, MS., C.D. selaku Dosen Penguji Seminar Tesis ini. Peneliti mengucapkan terima kasih atas ketersediaan memberikan masukan bagi penelitian ini pada waktu seminar proposal tesis ini.
4. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA selaku Dosen Penguji Tesis ini. Peneliti mengucapkan terima kasih atas ketersediaan memberikan masukan bagi peneliti pada waktu ujian tesis.

5. Bapak Dr. W. Riawan Tjandra, SH, M.Hum., selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, beserta segenap pengurus dan staf.
6. Bapak Drs. Parnawa Putranta, MBA, Ph. D., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta sekaligus Dosen Penguji Tesis.
7. Kedua orang tua, papa Yudhianto dan mama Silvia Anggraeni, serta adikku Yogi Indra Permana, yang selalu memberi dukungan dalam belajar, baik secara moral maupun materi.
8. Novita Deli Widjaja, S.E. yang senantiasa memberikan semangat, penghiburan sekaligus peringatan.
9. Semua saudara dan family, Lilyana, Rosalina, Ferryanto, Arief, Agung, Akbar, Tika, Lisa, Nonik, Nina, Nana, Lia, Dian, Wira, dll.
10. Rekan – rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Edwin, mbak Dhika, mas Rangga, mas Iswo, mas Budi, mbak Ai, mbak Rita, mbak Maya, Alfa, Tius, Herdy, Trisna, Tanti, Peter, Sinta, Lukas, Jaya, Pak Uli, Pak Leo, Pak Gunawan, Mario, Jessica, Iin, Hesty, Ican, Albert, Haja, Ani, Haiyan, Luna, Tot, Horris, mas Fian, mbak Sita, Koh Benny, Koh Andre,
11. Teman–teman kos Babarsari I/11A, Amoy, Ega, Andri, Jimmy Ndut, koh Rudy, Xin Dien, Iwan, Giant, Herman, Jimmy, Juster, Deli, Yoel, Akeng, Surya yang selalu memberikan dukungan serta keceriaan.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang banyak memberikan dukungan doa dan dukungan yang beraneka ragam sehingga tesis ini dapat selesai tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan tesis ini peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran pembaca untuk kemajuan peneliti dimasa mendatang. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 24 September 2012

Januar Sutrisno

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan Tesis .....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Abstrak .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kontribusi Penelitian.....	6
1.5. Sitematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>HIPOTESIS.....</b>	<b>9</b>
2.1. Imitasi.....	9
2.2. <i>Gadget/Gawai</i> .....	12

2.3. Pandangan dan Tanggapan Konsumen terhadap <i>Gadget Counterfeit</i> .....	10
2.4. Pengembangan Teori.....	15
2.4.1. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	15
2.4.2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	16
2.5. Penelitian Terdahulu .....	18
2.6. Pengembangan Hipotesis .....	21
2.6.1. <i>Price-Quality Inference</i> .....	21
2.6.2. Penolakan Risiko.....	23
2.6.3. Risiko Terpersepsi.....	24
2.6.4. Norma Subyektif .....	25
2.6.5. Integritas.....	27
2.6.6. Gratifikasi Pribadi .....	28
2.6.7. Sikap Konsumen terhadap <i>Gadget Counterfeit</i> .....	28
2.6.8. Niat Konsumen untuk Membeli <i>Gadget Counterfeit</i> .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Konteks Penelitian.....	30
3.2. Metode Penelitian.....	30
3.3. Populasi dan Sampel.....	31
3.4. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian .....	32
3.4.1. <i>Price-Quality Inference</i> .....	33
3.4.2. Penolakan Risiko.....	34
3.4.3. Risiko Terpersepsi.....	35

3.4.4. Norma Subyektif .....	35
3.4.5. Integritas .....	36
3.4.6. Gratifikasi Pribadi .....	37
3.4.7. Sikap Konsumen terhadap <i>Gadget Counterfeit</i> .....	37
3.4.8. Niat Konsumen untuk Membeli <i>Gadget Counterfeit</i> .....	38
3.5. Pengukuran Variabel .....	38
3.6. Pengujian Variabel Penelitian (Validitas dan Reliabilitas) .....	40
3.7. Metode Analisis Data .....	41
3.7.1. <i>Descriptive Analysis</i> .....	41
3.7.2. Regresi Linear Sederhana .....	42
3.7.3. Regresi Linier Berganda .....	42
3.7.4. Uji Beda Dua Rata-rata .....	43
3.7.5. Analisis Varian (ANOVA) .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1. Response Rate .....	45
4.2. Pengujian Instrumen Penelitian .....	45
4.2.1. Uji Reliabilitas .....	45
4.2.2. Uji Validitas .....	46
4.3. Profil Responden .....	48
4.3.1. Frekuensi Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	48
4.3.2. Frekuensi Responden Berdasar Usia.....	49
4.3.3. Frekuensi Responden Berdasar Pendapatan.....	52
4.3.4. Frekuensi Responden Berdasar Kategori dan Merek.....	54

4.4. Analisis Regresi.....	58
4.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.4.2. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	66
4.5. Pembahasan dan Diskusi Regresi .....	69
4.5.1. Regresi Linear Berganda.....	69
4.5.2. Regresi Linear Sederhana .....	77
4.6. Uji Beda .....	79
4.6.1. Uji Beda dua Rata-rata .....	79
4.6.2. <i>One Way ANOVA</i> .....	82
4.7. Pembahasan dan Diskusi Uji Beda .....	84
4.7.1. Uji Beda dua Rata-rata .....	84
4.7.2. <i>One Way ANOVA</i> .....	84
4.8. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>98</b>
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Implikasi Manajerial.....	101
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	103
5.4. Saran .....	104
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1	Daftar dan Kode Variabel .....	33
Tabel 4.1	Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.2	Ringkasan Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 4.3	Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.4	Usia .....	50
Tabel 4.5	Pendapatan .....	52
Tabel 4.6	Kategori Produk .....	54
Tabel 4.7	Merek Produk.....	56
Tabel 4.8	Hasil Regresi pada Sikap Konsumen terhadap <i>Gadget Counterfeit</i> .....	60
Tabel 4.9	Hubungan Sikap-Niat Konsumen untuk Membeli <i>Gadget Counterfeit</i> .....	68
Tabel 4.10	Uji Beda Dua Rata-Rata.....	80
Tabel 4.11	One Way ANOVA .....	82
Tabel 4.12	<i>Mean Price-Quality Inference</i> .....	85
Tabel 4.13	<i>Mean</i> Penolakan Risiko.....	86
Tabel 4.14	<i>Mean</i> Risiko Terpersepsi.....	88
Tabel 4.15	<i>Mean</i> Norma Subyektif.....	89
Tabel 4.16	<i>Mean</i> Integritas.....	90
Tabel 4.17	<i>Mean</i> Gratifikasi Pribadi .....	91

Tabel 4.18 Sikap Konsumen Terhadap <i>Gadget Counterfeit</i> .....	93
Tabel 4.19 <i>Mean</i> Niat Konsumen Untuk Membeli <i>Gadget Counterfeit</i> .....	94
Tabel 4.20 Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	95



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model TRA.....	16
Gambar 2.2	Model TPB .....	17
Gambar 2.3	Model Konseptual Penelitian .....	21
Gambar 4.1	Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.2	Usia.....	50
Gambar 4.3	Pendapatan.....	52
Gambar 4.4	Kategori Produk.....	54
Gambar 4.5	Merek <i>Gadget Counterfeit</i> .....	56
Gambar 4.6	Model Hasil Penelitian .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Data Responden

Lampiran 3: Analisis Reliabilitas dan Validitas

Lampiran 4: *Descriptive Analysis*

Lampiran 5: Regresi Linear Berganda dan Regresi Linear Sederhana

Lampiran 6: *Independent Sample T-Test* dan *One Way ANOVA*

Lampiran 7: Tabel r