

TESIS

**PENGARUH MAKNA SIMBOLIK, MANFAAT FUNGSIONAL
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PALSU: UJI PERAN MORALITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**



Disusun oleh :

Ferdy Fernando

NPM : 135002054

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2015**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Ferdy Fernando
Nomor Mahasiswa : 135002054/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Makna Simbolik, Manfaat Fungsional dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Palsu: Uji Peran Moralitas Sebagai Variabel Moderasi

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda tangan

Dr. J. Ellyawati, MM.

25 Jan 2016



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER
MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Ferdy Fernando
Nomor Mahasiswa : 135002054/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Makna Simbolik, Manfaat Fungsional dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Palsu: Uji Peran Moralitas Sebagai Variabel Moderasi

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. J. Ellyawati, MM.	25 Jan 2016	
Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.	26 Jan '16	
Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	25 Jan 2016	



Ketua Program Studi

Mahestu N Krisjanti, M.Sc.Ib.,Ph.D.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

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

**PENGARUH MAKNA SIMBOLIK, MANFAAT FUNGSIONAL, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PALSU: UJI
PERAN MORALITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini dalam catatan perut/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi pada sebagian atau seluruhnya tesis ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan gelar serta ijasah dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, November 2015

Yang menyatakan,



Ferdy Fernando

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan atas segala kebaikan dan penyertaan-Nya kepada saya selama ini karena kasih dan rahmat-Nya yang berlimpah saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Saya menyadari bahwa keberhasilan yang dicapai selama ini berkat adanya dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena baik kiranya pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat yaitu:

1. Ibu Dr. J. Ellyawati selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, pengarahan dan saran-saran dalam penyusunan tesis ini.
2. Para Dosen dan Staf pengajar Universitas Atmajaya Yogyakarta khususnya dosen penguji (Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si dan Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D.) yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan tesis ini.
3. Oma Bandung yang telah banyak memberikan dukungan, kasih sayang, semangat, doa dan dorongan sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini.
4. Papa dan Mama yang telah memberikan kasih sayang, semangat, doa dan dorongan sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini.
5. Cici dan Keponakanku (Cimot dan Gina), terima kasih atas dukungan kalian semua selama ini.

6. Maria Tifanny Santoso yang telah mendampingi, memberikan dorongan, kasih sayang, doa dan juga kepada keluarga yang telah mendukung dan doa sehingga dapat menyelesaikan studi ini.
7. Teman-temanku satu angkatan Magister Manajemen 2013 September kelas pagi (Berry, Pinkan, Mas Oryza, Nugros, Niken, Mba Anggi, Eclund, dan Pak Andre) terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang dijalin selama ini.
8. Teman-temanku Fakultas Ekonomi Atmajaya Yogyakarta 2008 (cabetiga: Berry, Raras, Ngurah, Tawon, Danan, Yakub, Sari, Ting2, Bang Merre Reddy, Sandy, Idul, Dena, dan Visna) yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini.
9. Teman dan saudaraku Berry, Decrito, Arditya (brader), Fransiskus Aditya Kumara, Rycky (boekir) dan Greddy atas dukungan moral dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini.
10. Semua orang yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap bahwa penulisan tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, November 2015

Penulis

Ferdy Fernando

HALAMAN MOTTO

”Mulai” adalah kata yang penuh kekuatan. Cara terbaik untuk menyelesaikan sesuatu adalah, “mulai”. Tapi juga mengherankan, pekerjaan apa yang dapat kita selesaikan kalau kita hanya memulainya.

(Clifford Warren)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian.....	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
Abstract.....	xiv
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II Landasan Teori.....	10
2.1. Merek	10
2.2. Merek Imitasi (Palsu).....	16
2.3. Harga.....	18
2.4. Niat Beli Ulang.....	21
2.5. Penelitian Terdahulu	25

2.6.	Kerangka Penelitian.....	27
2.7.	Pengembangan Hipotesis.....	28
BAB III Metode Penelitian		34
3.1.	Obyek, Subyek dan Waktu Penelitian	34
3.2.	Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	34
3.3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Metode Pengukuran Data.....	38
3.6.	Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
3.7.	Metode Analisis Data.....	40
BAB IV Analisis Data.....		43
4.1.	Pengujian Instrumen	44
4.2.	Karakteristik Demografi Responden	46
4.3.	Pengaruh Makna Simbolik Terhadap Niat Beli Ulang dengan Moralitas Sebagai Variabel Moderating.....	49
4.4.	Pengaruh Manfaat Fungsional Terhadap Niat Beli Ulang dengan Moralitas Sebagai Variabel Moderasi	52
4.5.	Pengaruh Harga Terhadap Niat Beli Ulang dengan Moralitas Sebagai Variabel Moderasi.....	55
BAB V Penutup		58
5.1.	Kesimpulan	58
5.2.	Implikasi Manajerial.....	60
5.3.	Saran	62
Daftar Pustaka		64
Lampiran		

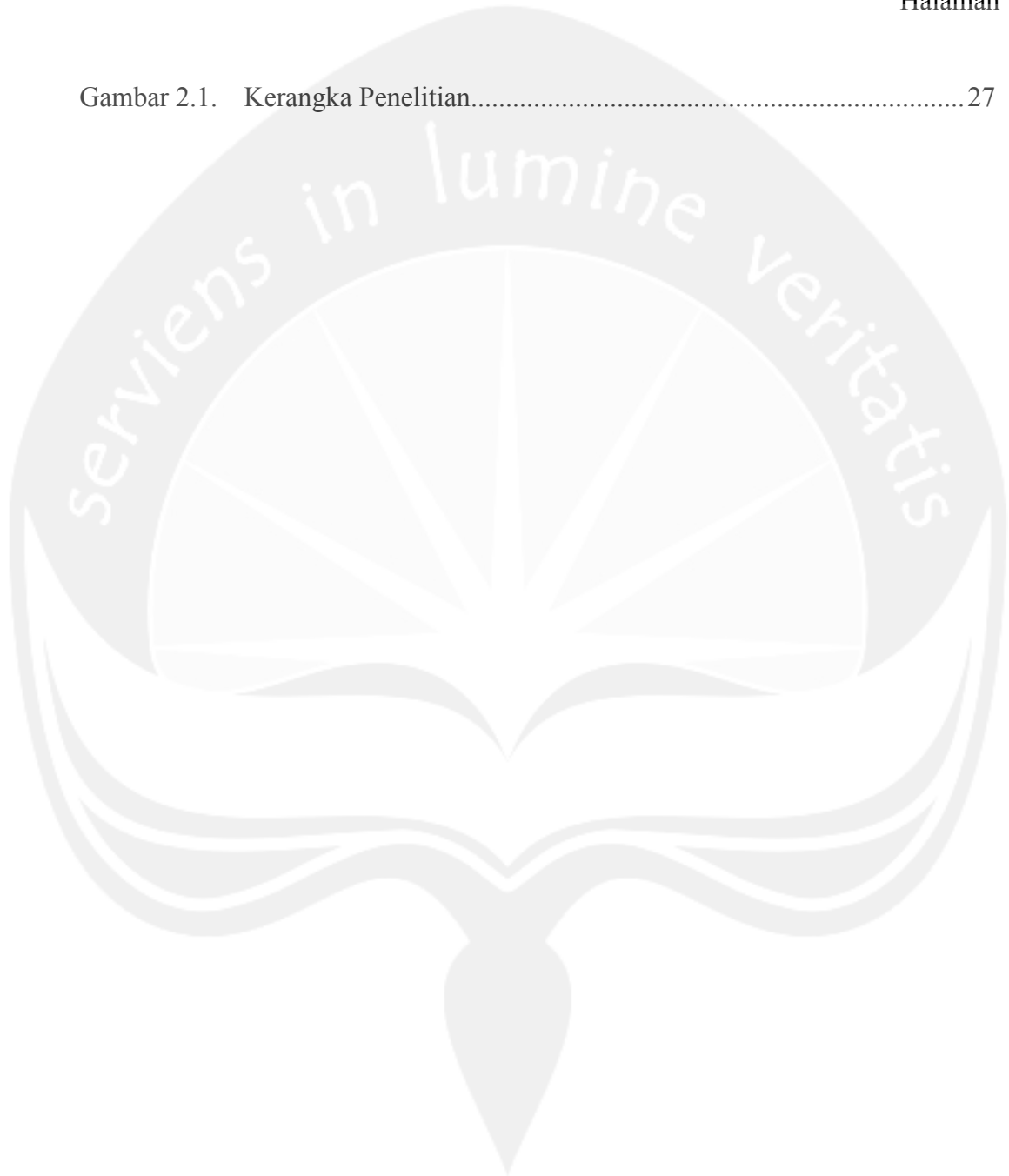
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
Tabel 4.1. Uji Validitas	44
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.3. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Pembelian Jam Tangan Merek Palsu.....	46
Tabel 4.4. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	47
Tabel 4.5. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.6. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.7. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Penghasilan	48
Tabel 4.8. Pengaruh Makna Simbolik Terhadap Niat Beli Ulang dengan Moralitas Sebagai Variabel Moderasi.....	49
Tabel 4.9. Pengaruh Manfaat Fungsional Terhadap Niat Beli Ulang dengan Moralitas Sebagai Variabel Moderasi.....	52
Tabel 4.10. Pengaruh Harga Terhadap Niat Beli Ulang dengan Moralitas Sebagai Variabel Moderasi	55

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Responden
Lampiran	III	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Regresi
Lampiran	VI	Tabel Distribusi R



ABSTRAK

Suatu merek pada gilirannya memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk tersebut, dan melindungi konsumen maupun produsen dari para kompetitor yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik. Bagi konsumen, ekuitas merek dapat mempengaruhi rasa percaya diri konsumen dalam pengambilan keputusan. Dari aspek empirik, suatu merek dapat menyampaikan manfaat fungsional atau *ulitarian* dan manfaat simbolis atau *expressive commponet*. Faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah harga.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh makna simbolik dari suatu produk terhadap niat beli ulang konsumen pada produk merek palsu, menganalisis pengaruh manfaat fungsional dari suatu produk terhadap niat beli ulang konsumen pada produk merek palsu, menganalisis pengaruh harga terhadap niat beli ulang konsumen pada produk merek palsu, menganalisis pengaruh moralitas terhadap niat beli ulang konsumen pada produk merek palsu, serta menganalisis peranan moralitas dalam hubungan kausal makna simbolik, manfaat fungsional dan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada produk merek palsu. Penelitian dilakukan pada konsumen yang membeli dan menggunakannya sendiri jam tangan merek palsu dalam periode enam bulan terakhir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna simbolik memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang konsumen pada produk merek palsu, sedangkan manfaat fungsional dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang konsumen pada produk merek palsu. Hasil penelitian diketahui bahwa moralitas secara signifikan memoderasi (menurunkan) pengaruh makna simbolik dan harga terhadap niat pembelian ulang konsumen pada produk merek palsu. Moralitas tidak mampu memoderasi (menurunkan) pengaruh manfaat fungsional terhadap niat pembelian ulang konsumen pada produk merek palsu.

Kata kunci: Makna Simbolik, Makna Fungsional, Harga, Keputusan Pembelian, Peran Moralitas