

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk tiruan dari produk bermerek mewah dan pengaruhnya terhadap intensi pembelian produk bermerek mewah = analysis of factor that influence attitude towards counterfeit luxury brand and the influence toward intention to purchase counterfeit

Nurul Hana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20298599&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi sikap terhadap produk tiruan dari produk bermerek mewah, yaitu kesadaran akan merek, kepuasan pribadi, kesadaran akan nilai, inferensi harga-kualitas, pengaruh sosial, dan gengsi suatu merek. Berdasarkan data dari 212 konsumen dapat diketahui bahwa kesadaran akan nilai, inferensi harga-kualitas, dan pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap terhadap produk tiruan dari produk bermerek mewah. Sedangkan kesadaran akan merek, kepuasan pribadi, dan gengsi suatu merek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap terhadap produk tiruan dari produk bermerek mewah. Sikap terhadap produk tiruan dari produk bermerek mewah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi pembelian produk tiruan dari produk bermerek mewah.This paper examines the factors that influence the attitudes towards counterfeit luxury brand, which are brand conscious, personal gratification, value conscious, price-quality inference, social influence, and brand prestige. Based on data collected from 212 consumers, value conscious, price-quality inference, and social influence were found to significantly influence attitudes towards counterfeit luxury brand. There was no significant relationship with brand conscious, personal gratification, and brand prestige. Attitudes towards counterfeit luxury brand were found to influence intention to purchase counterfeit luxury brand.