

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KESADARAN
HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEWAJIBAN
ETIS TERHADAP NIAT BELI JERSEY BOLA KW
DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusunoleh :

AYU KUSUMA ANGGRAENI

NIM 11104870

**FAKULTAS MANAJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2014

**ANALYSIS FACTOR OF CONSCIOUSNESS PRICE, QUALITY
PRODUCTS, AND ETHICAL OBLIGATION TO PURCHASE
INTENTION JERSEY KW IN YOGYAKARTA**

THESIS



Written by :

Ayu Kusuma Anggraeni

11104870

**FACULTY OF BUSSINESS MANAGEMENET STUDY
DUTA WACANA CHRISTIAN UNIVERSITY
YOGYAKARTA**

2014

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KESADARAN
HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEWAJIBAN
ETIS TERHADAP NIAT BELI JERSEY BOLA KW
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Oleh :

Ayu Kusuma Anggraeni – 11104870

DUTA WACANA

FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KESADARAN HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN KEWAJIBAN ETIS TERHADAP NIAT BELI JERSEY BOLA KW DI
YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

AYU KUSUMA ANGGRAENI

11104870

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal... **19 JUN 2014**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ety Istriani,MM
(Ketua Tim)

2. Dra. Ambar Kusuma Astuti,M.Si
(Dosen Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso,MM
(Dosen Penguji)

Yogyakarta,..... **26 JUN 2014**

Disahkan oleh:

Dekan



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan

Petra Mega Surya Wijaya, SE., Msi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH FAKTOR KESADARAN HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEWAJIBAN ETIS TERHADAP NIAT BELI JERSEY BOLA KW DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan tiruan atau duplikasi dan karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 Juni 2014



Ayu Kusuma Anggraeni

11104870

MOTTO

“Jangan memohon pada Tuhan tuk meringankan cobaan yang ada, berdoalah pada Tuhan tuk memberikanmu kekuatan tuk dapat melaluinya.”

Mario Teguh

“Lakukan apapun dengan tepat, bukan hanya cepat. Keberhasilan tak bisa dihalangi jika yang kamu lakukan telah tepat.”

Mario Teguh

“The World Has Changed — and We Must Change With It”

*Barack Obama *

“Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu”

1 Petrus 5 : 7

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus
2. Untuk Papa, Mama, Mas Candra, dek Bela tercinta beserta keluarga yang telah mendukung dan menyemangati saya dalam menyelesaikan Skripsi
3. Untuk “My Love” Frederik Layung Novagil Pariwara yang sudah memberikan segala cinta, kesabaran dan semangat untuk menyelesaikan Skripsi
4. Kepada Bapak Dr. Singgih Santoso, MM selaku Dosen pembimbing
5. Kepada Universitas Kristen Duta Wacana
6. Kepada teman-teman seperjuangan.
7. Seluruh teman-teman Bisnis Management angkatan 2010. Teman seperjuangan yang selalu setia, penuh cinta, canda dan tawa, yang menjadikan waktu tiap detik semakin berarti. Terimakasih atas semangat, kekeluargaan, kebersamaan, dan telah memberikan makna persahabatan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan memberkati penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “ANALISIS PENGARUH FAKTOR KESADARAN HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEWAJIBAN ETIS TERHADAP NIAT BELI JERSEY BOLA KW DI YOGYAKARTA”.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Manajemen Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Meskipun telah diusahakan sebaik mungkin agar penulisan ini mempunyai nilai ilmiah, namun karena kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis dapat dikatakan sangat terbatas, maka di dalam penyajiannya maupun materi yang terkandung tidak luput dari kekurangan maupun kesalahan. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan semua pihak, maka penelitian ini tidak berjalan dengan lancar.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Singgih Santoso, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Sekaligus dosen pembimbing yang membimbing dengan penuh kesabaran dan kebaikan hati dalam memberikan bimbingan dan arahan hingga selesai penulisan penelitian ini.

2. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE., MTI, selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Sekaligus dosen pengajar yang ramah dan mempunyai ide-ide yang inovatif dalam metode pengajaran yang menyenangkan sehingga manfaatnya dapat dirasakan sampai penulis menyelesaikan penulisan penelitian ini.
3. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Management di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dalam pembuatan Skripsi ini, sehingga dapat berguna untuk perbaikan pembuatan karya selanjutnya. Semoga penulisan penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, 10 Juni 2014

Penulis,

Ayu Kusuma A.

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PENGAJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI..... | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| ABSTRAKSI..... | xvi |
| ABSTRACT | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Kontribusi Penelitian | 6 |
| 1.5. Keterbatasan Masalah | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 Definisi Pemalsuan | 9 |
| 2.1.2 Kesadaran Harga | 10 |
| 2.1.3 Kualitas Produk | 11 |
| 2.1.4 Kewajiban Etis | 12 |
| 2.1.5 Niat Beli | 13 |

| | |
|--|----|
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis..... | 16 |
| 2.4 Kerangka Teoritis Penelitian | 16 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1. Data | 17 |
| 3.1.1 Sumber Data..... | 17 |
| 3.1.2 Teknik Pengumpulan Data | 18 |
| 3.1.3. Populasi dan Sampel | 18 |
| 3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel..... | 19 |
| 3.2.1. Definisi Variabel | 19 |
| 3.2.2 Operasional Variabel..... | 20 |
| 3.2.3 Pengukur Variabel | 21 |
| 3.3 Desain Penelitian..... | 21 |
| 3.4 Model Statistik dan Uji Hipotesis | 22 |
| 3.4.1 Uji Validitas | 22 |
| 3.4.2. Uji Reliabilitas | 23 |
| 3.4.3 Regresi Liner Berganda | 24 |
| 3.5 Uji Hipotesis | 24 |
| 3.5.1 Uji F..... | 25 |
| 3.5.2 Uji t..... | 25 |
| 3.5.3 Koefisien Determinasi | 26 |

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

| | |
|---------------------------------|----|
| 4.1. Statistik Deskriptif | 27 |
| 4.2 Hasil Pengolahan Data | 28 |
| 4.2.1. Analisis Validitas | 28 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas | 30 |
| 4.3. Analisis Deskriptif..... | 31 |

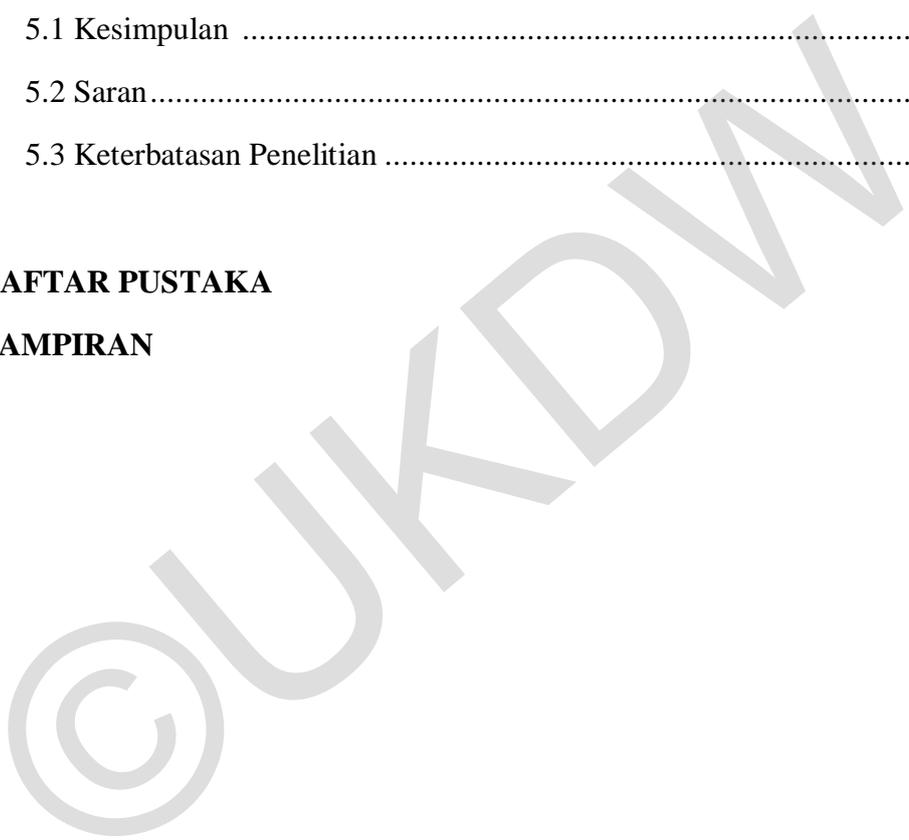
| | |
|--|----|
| 4.4. Analisis Regresi Linier Berganda | 34 |
| 4.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (F-Test) | 35 |
| 4.4.2 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (<i>t</i> -Test) | 36 |
| 4.4.3 Koefisien Determinasi | 38 |
| 4.5 Analisis | 39 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 42 |
| 5.2 Saran | 43 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 44 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian | 21 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas | 29 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas | 30 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 31 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia | 32 |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan | 32 |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan | 33 |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan | 34 |
| Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda Coeffientsa | 35 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji F | 36 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji <i>t</i> | 37 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 38 |
| Tabel 4.12 Analisis | 39 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 13

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------|--------------------------------|
| Lampiran I | Kuesioner |
| Lampiran II | Uji Validitas dan Reliabilitas |
| Lampiran III | Surat Ijin Penelitian |

©UKDW

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh factor kesadaran harga, kualitas produk, dan kewajiban etis terhadap niat beli jersey bola KW di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada produk Jersey bola di Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, dengan ukuran sampel sebanyak 100 orang. Alat uji analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, analisis frekuensi, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi.

Melalui alat uji analisis regresi linier berganda diperoleh hasil dari variabel. Berdasarkan hasil uji regresi yang diperoleh dari 100 responden,

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Terdapat dua variabel tidak signifikan yaitu pada variabel kesadaran harga dan kewajiban etis. Hasil probabilitas signifikansi variabel kewajiban etis berada di atas $\alpha = 5\%$ (0,05) yaitu 0,718 dan 211.

Kata Kunci: Kesadaran harga, kualitas produk, kewajiban etis dan niat beli.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence factors of awareness price, product quality, and ethical obligations to purchase intention KW soccer jersey in Yogyakarta. The population in this study are all consumers who've made a purchase on the ball in Yogyakarta Jersey products.

The sampling technique used was accidental sampling, with a sample size of 100 people. Test equipment used is the analysis of test validity, test reliability, frequency analysis, multiple linear regression analysis, the F test, t test, the coefficient of determination.

Through the means of multiple linear regression analysis of test results obtained from the variable. Based on the test results obtained from the regression of 100 respondents,

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

There are two variables that are not significant to the variable price consciousness and ethical obligations. The results of variable significance probability is above ethical obligations $\alpha = 5\%(0.05)$ is 0.718 and 211.

Keywords: Awareness of price, product quality, ethical obligations and purchase intention.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh factor kesadaran harga, kualitas produk, dan kewajiban etis terhadap niat beli jersey bola KW di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada produk Jersey bola di Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, dengan ukuran sampel sebanyak 100 orang. Alat uji analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, analisis frekuensi, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi.

Melalui alat uji analisis regresi linier berganda diperoleh hasil dari variabel. Berdasarkan hasil uji regresi yang diperoleh dari 100 responden,

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Terdapat dua variabel tidak signifikan yaitu pada variabel kesadaran harga dan kewajiban etis. Hasil probabilitas signifikansi variabel kewajiban etis berada di atas $\alpha = 5\%$ (0,05) yaitu 0,718 dan 211.

Kata Kunci: Kesadaran harga, kualitas produk, kewajiban etis dan niat beli.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence factors of awareness price, product quality, and ethical obligations to purchase intention KW soccer jersey in Yogyakarta. The population in this study are all consumers who've made a purchase on the ball in Yogyakarta Jersey products.

The sampling technique used was accidental sampling, with a sample size of 100 people. Test equipment used is the analysis of test validity, test reliability, frequency analysis, multiple linear regression analysis, the F test, t test, the coefficient of determination.

Through the means of multiple linear regression analysis of test results obtained from the variable. Based on the test results obtained from the regression of 100 respondents,

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

There are two variables that are not significant to the variable price consciousness and ethical obligations. The results of variable significance probability is above ethical obligations $\alpha = 5\%(0.05)$ is 0.718 and 211.

Keywords: Awareness of price, product quality, ethical obligations and purchase intention.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini, fashion dunia atau segala sesuatu disangkut pautkan dengan trend yang sedang berkembang. Contohnya saja produk *fashion* produk tersebut merupakan produk yang selalu mengalami perkembangan di pasaran seluruh belahan dunia, terlebih beberapa tahun terakhir ini kebangkitan dunia fashion sangatlah terlihat jelas, dengan adanya desainer-desainer baru yang bermunculan dan memiliki ide- ide yang segar, tidak hanya para pemain fashion yang baru, namun pemain fashion lama pun berlomba-lomba memunculkan inovasi yang luar biasa demi memuaskan selera masyarakat masa kini, dimana inovasi hal tersebut tidak hanya menjadi gaya hidup saja tetapi juga sebagai kebutuhan. Trend yang sedang berkembang belakangan ini adalah trend bola, banyak sekali barang- barang yang berbau atau memakai atribut dari klub bola tertentu, yang sangat terlihat adalah trend memakai jersey klub bola tertentu, banyak remaja masa kini yang sangat menggemari memakai jersey dari klub idolanya, namun buakn hanya remaja saja yang memakai jersey bola dari klub yang digemari, dari orang tua hingga anak kecil pun memakai jersey klub bola yang di idolakan. Hal tersebut dikarenakan adanya peningkatan yang terus berkala pada minat dan konsumsi masyarakat. Salah satu hal yang membuat perilaku manusia menjadi semakin konsumtif dalam hal berbelanja produk – produk *fashion*. Perkembangan *fashion* yang terlalu cepat dan juga selalu berganti – ganti membuat

masyarakat dituntut secara tidak langsung untuk terus mengonsumsi agar tidak tertinggal trend terbaru. Namun, karena jersey bola asli mempunyai harga yang sangat tinggi, maka bagi sebagian masyarakat yang tetap ingin tampil modis tidak segan-segan untuk membeli produk palsu yang model dan bentuk sama persis dengan yang asli, bagi mereka kepuasan memiliki barang branded sudah cukup tanpa memikirkan kualitas barang tersebut. Alasan mengapa seseorang membeli barang *fashion* palsu daripada produk aslinya, dan alasan-alasan tersebut sudah dapat ditemukan di beberapa literatur-literatur internasional. Pembeli barang palsu memberikan alasan bahwa mereka membeli barang palsu karena hal tersebut tidak memberikan dampak langsung yang merugikan bagi mereka. Ada juga yang beralasan bahwa harga produk palsu lebih murah, dengan harga yang murah mereka sudah bisa tampil fashionable dan mengikuti trend yang ada. Alasan lain yang diberikan oleh konsumen pembeli barang palsu adalah mereka menganggap pembelian barang palsu tersebut tidak merugikan pemilik merek asli (Ha dan Lennon dalam Cheek and Easterling, 2008). Bloch et al. (1993), menyatakan bahwa konsumen membeli barang palsu karena alasan kondisi keuangan yang minim. Biasanya barang palsu memiliki harga yang lebih murah dan memiliki bentuk atau model yang sama persis dengan merek yang asli, namun memiliki kualitas jauh dibawah barang asli.

Sehingga pemalsuan barang pada sebuah merek dapat merusak citra merek, hak paten, *trademark*, serta hak cipta dari barang tersebut (*Counterfeiting of Consumer Goods*,2007). *Counterfeiting* atau pemalsuan adalah tindakan pelanggaran atau penyalahgunaan hak legal dari pemilik sah

atas hak patennya. Secara teknis, kata *coounterfeiting* merujuk pada kasus pelanggaran hak merek dagang saja, tetapi pada kenyataannya saat ini *counterfeiting* juga mencakup pada pembuatan sebuah barang yang nama dan bentuk fisiknya sengaja dibuat sangat mirip bahkan hampir tidak dapat dibedakan atau tidak ada perbedaan yang terlihat dengan jelas, hanya orang yang sudah hafal dan sangat teliti yang dapat membedakannya. Hal tersebut lah yang membuat orang sulit membedakan mana barang asli dan mana yang palsu, karena tidak semua orang mengkonsumsi barang palsu maupun asli.

Jika ditanya pasti setiap orang ingin membeli dan menggunakan barang yang asli daripada palsu karena jelas barang asli lebih bergengsi dan bisa jadi menaikkan gengsi seseorang atau menaikkan derajat seseorang. Dengan begitu orang akan lebih dapat dihargai dan dipandang oleh orang lain karena menggunakan barang atau produk mewah dan asli, selain itu juga kualitas dan keawetan dari produk asli itu sendiri terjamin dan biasanya kita bisa mendapatkan kartu garansi atau sertifikat pembelian barang *fashion*. Karena beberapa faktor dan pemikiran serta sikap dan perilaku manusia satu dengan yang lain tidaklah sama maka ada beberapa orang yang memutuskan untuk membeli produk palsu tersebut.

Fenomena kegiatan pemalsuan di Indonesia yang semakin tahun semakin meningkat ini sebenarnya sudah berusaha ditahan oleh pemerintah lewat undang-undang, namun sepertinya hal tersebut tidak sukses dalam menahan laju bisnis barang palsu. Aturan undang-undang tersebut sebenarnya sudah ada sejak Tahun 1961, yaitu Undang – Undang Nomor 21 tahun 1961 dengan menggunakan sistem deklaratif. Karena dipandang tidak sesuai lagi, maka

sistem deklaratif tersebut diubah menjadi sistem konstitutif, dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Kemudian, aturan hukum tentang merek dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 serta Undang – Undang Nomor 14 Tahun 1997 (konsolidasi) tentang Merek dianggap telah tidak sesuai lagi dan untuk itu kemudian diubah dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang selanjutnya disebut Undang-Undang Merek. UU Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memberikan definisi sebagai berikut:

“Merek sebuah barang dapat berupa gambar, nama, huruf, kata – kata, angka – angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa”.

Di Indonesia banyak daerah yang sudah menjamur barang- barang . khususnya daerah Yogyakarta dimana daerah tersebut juga merupakan daerah yang sedang berkembang, banyak pendatang, banyak mahasiswa atau siswa yang berdatangan untuk menuntut ilmu di Yogyakarta. Banyaknya pembangunan gedung dan tempat wisata juga memacu pertumbuhan di Yogyakarta. Penelitian ini berobjek pada jersey bola yang lebih sering disebut dengan Jersey KW (Kwalitas) dimana jersey tersebut memiliki tingkatan mulai dari KW Super yang mendekati kemiripan dengan asli, lalu ada juga KW 1, KW 2 dan seterusnya dengan tingkatan semakin menurun. Definisi khusus untuk KW ini sendiri sebenarnya belum ada penemuan landasan teorinya, karena KW ini juga merujuk pada barang palsu hanya lebih dihaluskan bahasanya. Banyaknya peminat Jersey memacu menjamurnya

produk palsu di pasaran, terlebih saat ini para penggemar bola Indonesia sangat peduli terhadap fashionnya dan termakan iklan yang beredar, begitu juga penggemar bola di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan acuan utama dari penelitian tahun 2011 berjudul *Antecedents of attitude and intention towards counterfeit symbolic and experiential products*. Penelitian tersebut lebih banyak membahas akan dampak kesadaran harga, persepsi risiko, dan kewajiban etis pada niat terhadap produk palsu pengalaman dan simbolik. Jadi penelitian tersebut membandingkan antara konsumen yang membeli produk simbolik (mereka yang mengasosiasikan konsumen dengan grup yang diinginkan atau citra diri, seperti mewah fashion dan aksesoris) dengan produk pengalaman (mereka yang memberikan sensorik kesenangan dan stimulasi kognitif). Perbedaan yang ada dengan penelitian yang dilakukan saat ini di Indonesia Khususnya Yogyakarta adalah meneliti apakah faktor kesadaran harga, kualitas produk, dan kewajiban etis juga mempengaruhi niat beli masyarakat Yogyakarta terhadap Jersey KW.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang apakah faktor kesadaran harga, kualitas produk, dan kewajiban etis mempengaruhi niat beli konsumen pada produk Jersey KW di Yogyakarta maka dapat disusun rumusan masalah berkaitan dengan judul penelitian:

- a. Apakah ada pengaruh faktor kesadaran harga terhadap niat beli konsumen pada produk Jersey KW di Yogyakarta?
- b. Apakah ada pengaruh faktor kualitas produk terhadap niat beli konsumen pada produk Jersey KW di Yogyakarta?

- c. Apakah ada pengaruh faktor kewajiban etis terhadap niat beli konsumen pada produk Jersey KW di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, rumusan masalah dan judul penelitian, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Menganalisis apakah ada pengaruh kesadaran harga terhadap niat beli konsumen pada produk Jersey KW.
- b. Menganalisis apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap niat beli konsumen pada produk Jersey KW.
- c. Menganalisis apakah ada pengaruh kewajiban etis terhadap niat beli konsumen pada produk Jersey KW.

1.4 Kontribusi Penelitian

Adapun serangkaian dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau manfaat yang berguna bagi seluruh pihak yang terkait:

- a. Universitas Kristen Duta Wacana

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

Sebagai bahan referensi untuk penelitian tentang minat beli akan produk palsu dan juga memberikan informasi dalam hal pemalsuan dampak mengenai pemalsuan agar nantinya dapat menjadi pengetahuan tambahan.

b. Perusahaan pembuat Jersey

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi untuk perusahaan pembuat Jersey agar lebih waspada dan berhati-hati terhadap produk palsu atau tiruan agar tidak merugikan perusahaan secara finansial dan merusak citra produk Jersey mereka.

c. Peneliti

Peneliti dapat mengaplikasikan teori – teori yang telah didapatkan selama perkuliahan sehingga teori – teori yang telah didapatkan berguna dan juga sebagai syarat akademik dalam meraih gelar kesarjanaan.

d. Pembaca

Pembaca dapat mengetahui informasi mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk palsu.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah niat beli konsumen terhadap produk palsu.

1.5 Keterbatasan

Karena keterbatasan peneliti akan beberapa hal maka penelitian, oleh karena itu perlu adanya batasan agar penelitian tidak meluas, sehingga penelitian dibatasi sebagai berikut :

a. Penelitian dilakukan di Yogyakarta

b. Waktu penelitian : Maret-Juni 2014

- c. Responden adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk Jersey KW
- d. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 responden.
- e. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - 1. Variabel Dependen (Y) : Niat beli konsumen terhadap produk Jersey KW.
 - 2. Variabel Independen (X) : faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk Jersey KW: Kesadaran Harga (*Price Consciousness*), Kualitas Produk (*Quality Product*) dan Kewajiban Etis (*Ethical Obligation*)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian tentang variabel *independent* (kesadaran harga, kualitas produk dan kewajiban etis) terhadap variabel *dependent* (niat beli konsumen pada Jersey KW) dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden di wilayah Yogyakarta, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil pengolahan data dari profil responden sebanyak 100 orang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: berdasarkan gender yang paling dominan adalah jenis kelamin laki-laki, berdasarkan usia yang paling dominan adalah usia 22-26 tahun, berdasarkan pekerjaan yang paling dominan adalah mahasiswa/pelajar, berdasarkan pendapatan yang paling dominan adalah pada tingkat pendapatan Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 dan berdasarkan tingkat pendidikan yang paling dominan adalah pada tingkat sarjana.
- b. Hasil analisis menunjukkan bahwa didalam variabel kesadaran harga, kualitas produk dan kewajiban etis tidak semuanya berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada Jersey KW. Variabel yang tidak berpengaruh adalah variabel kesadaran harga dan kewajiban etis, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran harga dan

kewajiban etis tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada Jersey KW di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis, masyarakat Yogyakarta memiliki niat beli pada Jersey KW karena dipengaruhi dari segi kualitas produk, dimana bagi konsumen akan memiliki niat beli pada produk Jersey KW apabila konsumen merasa Jersey KW nyaman dipakai dan mereka merasa tidak akan mendapatkan barang *defect* atau cacad saat melakukan pembelian. Dengan begitu kualitas produk yang mereka dapatkan sesuai dengan keinginan dan menyerupai produk aslinya sehingga niat beli konsumen pada produk Jersey KW akan meningkat.

5.2 Saran

a. Untuk Perusahaan Pembuat Jersey Bola

Perusahaan diharapkan untuk lebih memperhatikan banyaknya peredaran produk palsu akan Jersey KW agar nantinya tidak merugikan perusahaan secara finansial maupun secara kepercayaan konsumen. Karena tidak seluruh konsumen dapat membedakan barang palsu dan asli.

b. Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang sekiranya berpengaruh terhadap niat beli konsumen pada Jersey KW. karena dalam penelitian ini tidak semua variabel dapat mempengaruhi niat beli konsumen dan variabel hanya berpengaruh sebesar 37,1% saja. Variabel lain yang dapat ditambahkan dalam

penelitian ini misalnya: faktor sosial, faktor individu, *brand image*, dan masih banyak lagi lainnya yang dapat ditambahkan.

2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel yang mudah dan sering dijumpai, karena dalam penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang jarang kita jumpai dalam kehidupan sehari – hari seperti variabel kewajiban etis.
3. Pada penelitian mendatang diharapkan menggunakan dua objek agar nanti dapat ditemukan perbandingan antara satu objek dengan objek lainnya sehingga dapat diketahui perbandingan objek satu dengan lainnya terhadap niat beli produk palsu pada objek yang berbeda.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan antara lain :

- a. Berdasarkan pertimbangan waktu, tenaga dan biaya sehingga kajian terhadap objek terlalu sempit dengan jumlah sampel yang digunakan terbatas.
- b. Penelitian ini hanya terbatas dengan variabel kesadaran harga, kualitas produk dan kewajiban etis. Sehingga variabel tersebut belum mampu menjawab seluruh aspek yang mempengaruhi niat beli konsumen pada Jersey KW.
- c. Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini dianggap masih belum cukup untuk menjelaskan topik yang diteliti, karena

pemahaman akan orientasi belanja memang sangat luas. Sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambah variasi teori dari sumber yang lebih variatif.

- d. Pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang memaksa responden untuk menjawab secara tertutup atau hanya memilih jawaban yang telah disiapkan sebelumnya.

©UKDW

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2006:169). "*Pemasaran dan Pemasaran Jasa*". Alfabeta. Bandung
- Amstrong dan Kotler. (2003:87). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. diterjemahkan oleh Bambang Sarwiji. Edisi Sembelin. Jilid 1*. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta
- Bertens,K.(2000:33). *Etika. Seri filsafat atma jaya: 15*. Jakarta penerbit PT gramedia
- pustaka utama.
- Biswas dan Alford.(2002). *The Effects of Discount Level, Price Consciousness and Sale Proneness on Consumers' Price Perception and Behavioral Intention*. Journal of Business Research, 775-783.
- Bloch, et al.(1993). *Scientific and technology literacy, the need and the challenge, Bltimore, MD*
- Christodoulides and Michaelidou.(2011).*Counterfait symbolic and experiential products*.
- Clarke,Shiu dan Shaw.(2000).
- Cordell, et al.(1996). *Nonivamide, a constituent of Capsicum oleoresin, J. Nat. Prod. 59 : 425426*
- Crevens W,David,Salim Lima.(1996:52). *Pemasaran Strategi, Erlangga*
- Djarwanto dan Pangestu, S.(2005). *Statistika Induktif Edisi 5*.Yogyakarta:BPFE
- Ferdinand.(2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali.(2005). *Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Edisi ke-3*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang
- Keller.(1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implmentasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat.Jakarta.

- Lennon dan Ha.(2011).*Cheek and Easterling*.
- Mateja Kos, Koklic.(2011). *Atecedents of attitude and intention towards counterfeit symbolic and experiential products*.
- Matos, De dkk.(2007). *Consumer Attitudes Toward Coumterfeits : a Reviewand Extension, in : Journal of Consumer Marketing*. Vol 24: 36-47.
- Singarimbus. (1995:46). *Metode Venelitian Survei*. LP3ES. Jakarta
- Simamora. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama
- Sugiyono. (2008:85). *Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Umar, Husein. (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta