

**NIAT PEMBELIAN *COUNTERFEIT PRODUCT*:
PENGARUH KESADARAN *FASHION*, NORMA SUBJEKTIF,
DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA MEREK ADIDAS**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen
(S1) Pada Program Studi Manajemen**

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Ava Shelby Denisha

NPM: 21 03 26158

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

2025

**NIAT PEMBELIAN *COUNTERFEIT PRODUCT*:
PENGARUH KESADARAN *FASHION*, NORMA SUBJEKTIF,
DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA MEREK ADIDAS**



**Disusun oleh:
Ava Shelby Denisha
NPM: 21 03 26158**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.,

Yogyakarta, 11 Juni 2025

**NIAT PEMBELIAN *COUNTERFEIT PRODUCT*:
PENGARUH KESADARAN *FASHION*, NORMA SUBJEKTIF,
DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA MEREK ADIDAS**

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh
Ava Shelby Denisha
NPM: 21 03 26158

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada tanggal 15 Juli 2025
Sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



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

Anggota Panitia Penguji



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA.



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 21 Juli 2025
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan skripsi berjudul:

**NIAT PEMBELIAN *COUNTERFEIT PRODUCT*:
PENGARUH KESADARAN *FASHION*, NORMA SUBJEKTIF,
DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS PADA MEREK ADIDAS**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun adalah hasil pemikiran, penelitian, dan penyusunan saya sendiri. Seluruh kutipan, data, dan referensi yang digunakan telah disebutkan dengan jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah. Saya tidak menyalin, meniru, atau menjiplak karya orang lain secara tidak sah dalam bentuk apa pun. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa karya ini terbukti bukan hasil orisinal saya atau melibatkan tindakan plagiarisme, saya bersedia mempertanggung jawabkannya dan menerima sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 11 Juni 2025

Yang Menyatakan



Ava Shelby Denisha

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Niat Pembelian *Counterfeit Product*: Pengaruh Kesadaran *Fashion*, Norma Subjektif, dan Motivasi Belanja Hedonis pada Merek Adidas”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih dan rahmat-Nya selama proses ini berlangsung.
2. Diriku sendiri, Ava Shelby Denisha, yang telah berusaha dengan sungguh-sungguh, melewati berbagai tantangan, keterbatasan waktu, dan tekanan mental dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah bertahan, tidak menyerah, dan tetap berkomitmen sampai akhir. Semoga usaha ini menjadi langkah awal untuk pencapaian yang lebih besar di masa depan.
3. Mama dan Papa tercinta atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA., yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan.
6. Para Responden, yang telah meluangkan waktu dan bersedia menjawab kuesioner penelitian ini secara jujur dan objektif. Partisipasi Anda sangat berarti bagi validitas hasil penelitian.

7. Teman-teman perkuliahan angkatan 2021 serta sahabat sejak SMP dan SMA yang telah memberikan semangat, inspirasi, serta menemani penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 11 Juni 2025



Ava Shelby Denisha

Niat Pembelian *Counterfeit Product*: Pengaruh Kesadaran *Fashion*, Norma Subjektif, dan Motivasi Belanja Hedonis pada Merek Adidas

Ava Shelby Denisha

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, DIY Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran *fashion*, norma subjektif, dan motivasi belanja hedonis terhadap niat pembelian produk KW (*counterfeit product*) merek Adidas. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan dilaksanakan dengan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada responden yang pernah membeli atau mempertimbangkan produk Adidas, baik asli maupun KW. Hasil dari kuesioner dilakukan analisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Kesadaran *fashion* mencerminkan perhatian terhadap tren dan penampilan. Norma subjektif menunjukkan sejauh mana pengaruh lingkungan sosial memengaruhi keputusan seseorang, sedangkan motivasi belanja hedonis berkaitan dengan keinginan untuk mendapatkan kesenangan dalam proses belanja. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor individual (kesadaran *fashion*), sosial (norma subjektif), dan emosional (motivasi belanja hedonis) secara bersama-sama membentuk niat pembelian produk KW. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman terhadap perilaku konsumen, khususnya dalam konteks *counterfeit product*. Selain itu, penelitian ini juga memberikan masukan praktis bagi pemilik merek, pemasar, dan pemangku kebijakan dalam menyusun strategi edukasi dan pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Kata Kunci: Kesadaran *Fashion*, Norma Subjektif, Motivasi Belanja Hedonis, Niat Pembelian, Produk KW, *Theory of Planned Behavior*, Adidas.

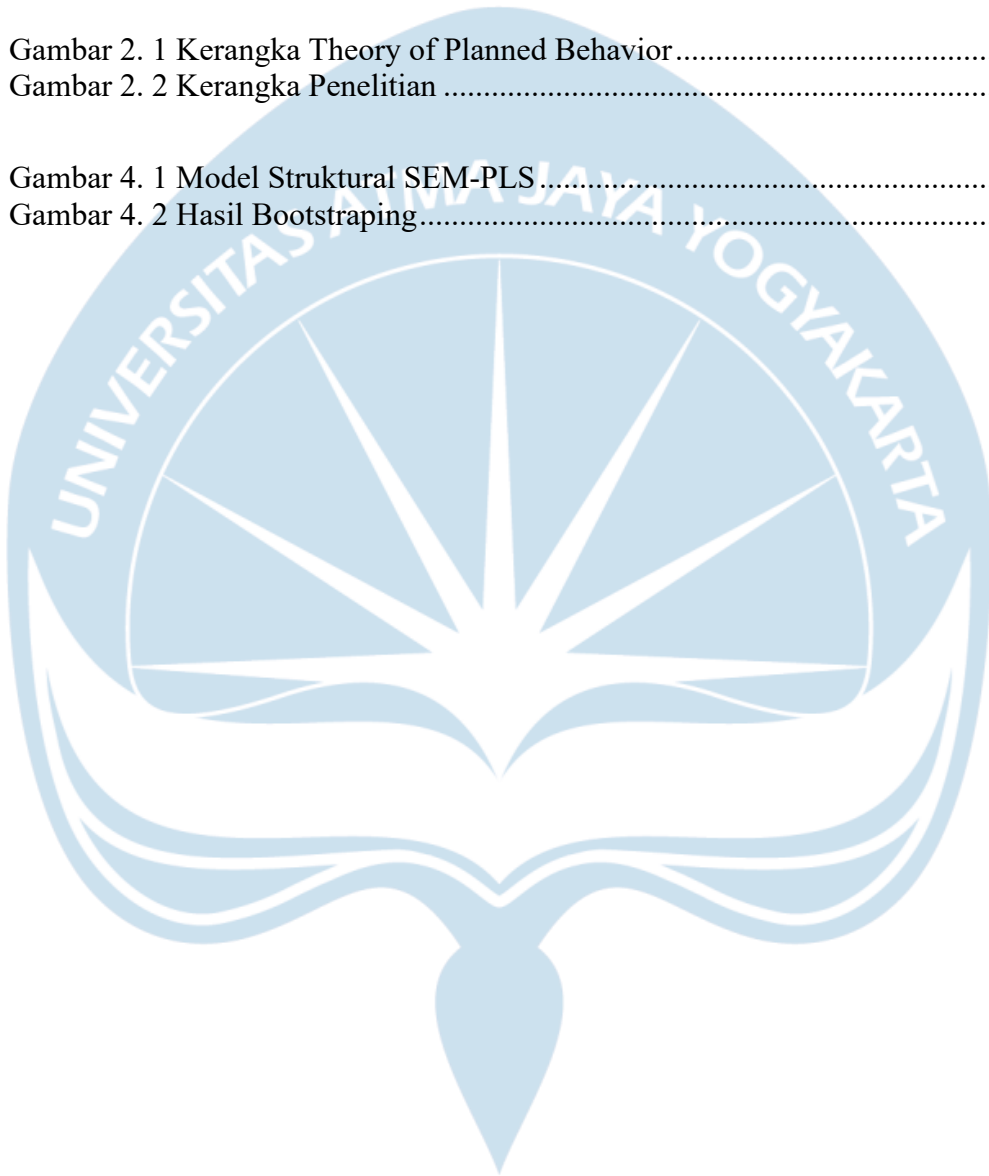
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	IV
Abstrak	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Definisi Variabel	14
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Pengembangan Hipotesis	23
BAB III	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Definisi Operasional	30
3.5 Skala Pengukuran	33
3.6 Pengumpulan Data	33
3.7 Metode Analisis Data	34

3.7.1 Statistik Deskriptif	34
3.7.2 <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	36
BAB IV	40
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Pertanyaan Filter dan Profil Demografi Responden	40
4.1.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan pada <i>Fashion</i>	41
4.1.4 Distribusi Responden Berdasarkan Kesadaran terhadap Merek Adidas	42
4.1.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pertimbangan Membeli Produk Adidas	42
4.1.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	43
4.1.7 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	43
4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	44
4.3 Hasil Analisis <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> (SEM-PLS).....	48
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	49
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
BAB V	64
PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Implikasi Manajerial	65
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	66
5.4 Saran Penelitian.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Distribusi Merek Produk KW yang Dibeli Konsumen	5
Gambar 2. 1 Kerangka Theory of Planned Behavior	13
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4. 1 Model Struktural SEM-PLS	48
Gambar 4. 2 Hasil Bootstrapping	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	30
Tabel 3. 2 Skala Likert	33
Tabel 3. 3 Kategori Interpretasi Skor Rata-Rata	35
Tabel 3. 4 Ringkasan Evaluasi Model SEM-PLS (Outer Model dan Inner Model)	39
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan	41
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Kesadaran terhadap Merek Adidas	42
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pertimbangan Membeli Produk Adidas	42
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	43
Tabel 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	43
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Niat Pembelian Produk KW	44
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Fashion	45
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Norma Subjektif	46
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Motivasi Belanja Hedonis	47
Tabel 4. 12 Outer Loadings	49
Tabel 4. 13 Average Variance Extracted (AVE)	50
Tabel 4. 14 Cross Loading	51
Tabel 4. 15 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	52
Tabel 4. 16 R-Square	53
Tabel 4. 17 F-Square	53
Tabel 4. 18 Path Coefficient	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Filter Kuesioner	72
Lampiran 2 Panduan Pengisian	74
Lampiran 3 Pertanyaan Kuesioner	74
Lampiran 4 Hasil Pertanyaan Filter	77
Lampiran 5 Hasil Pertanyaan Kuesioner	78
Lampiran 6 Hasil Olah Data SEM-PLS	82
Lampiran 7 Jurnal Utama	86

