

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

FAKTOR-FAKTOR YANG DAPAT MEMPENGARUHI *ONLINE PURCHASE INTENTION* PADA PEMBELIAN SEPATU REPLIKA OLEH GENERASI Z DI KOTA BATAM

Desmond
NPM: 1641134

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini berguna untuk memahami sikap perilaku konsumen terhadap produk replika dalam membeli melewati *online* terhadap generasi Z di Kota Batam. Penelitian menganalisis pengaruh variabel *Value Consciousness*, *Brand Consciousness*, *Perceived Risk*, *Materialism* dan *Social Influence* sebagai variabel independen, *Attitude Toward Counterfeit* sebagai variabel mediasi serta *Purchase Intention* sebagai variabel dependen.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 303 responden yang merupakan masyarakat kota Batam yang tergolong generasi Z dan pernah membeli produk sepatu replika. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* serta data diolah dengan menggunakan program aplikasi *Partial Least Square* (PLS).

Hasil akhir penelitian menyatakan bahwa niat beli *online* yang dipengaruhi oleh produk sepatu replika, variabel independen *Value Consciousness* dan *Social Influence* berpengaruh signifikan positif terhadap *Attitude Toward Counterfeit*, Variable *Brand Consciousness* dan *Materialism* tidak signifikan terhadap *Attitude Toward Counterfeit*, Variable *Perceived Risk* berpengaruh signifikan negative terhadap *Attitude Toward Counterfeit*, dan variabel mediating *Attitude Toward Counterfeit* berpengaruh signifikan positif terhadap dependen *Purchase Intention*.

Kata Kunci: *Counterfeit Shoes*, *Value Consciousness*, *Social Influence*, *Attitude toward Counterfeit*, *Purchase Intention*.