

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perdagangan bebas dunia atau WTO adalah proses kegiatan ekonomi yang dilakukan bertujuan untuk memperbaiki hambatan yang terjadi dalam perdagangan antar individual dan perusahaan yang berada dinegara yang berbeda. Setelah Indonesia memasuki perdagangan bebas yang dimulai sejak tahun 1995, tentunya terdapat beberapa dampak positif dan negatif yang mempengaruhi perekonomian Negara. Selain memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang internasional secara mudah, tentunya menyebabkan dampak buruk bagi pelaku usaha di Indonesia yaitu semakin maraknya persaingan memberikan dorongan bagi produsen untuk memproduksi produk berkualitas yang jauh dengan pesaing asing ([www.wto.org](http://www.wto.org)).

Salah satu permasalahan yang menjadi pusat perhatian bagi pelaku usaha adalah semakin meningkatnya kemajuan dalam teknologi memberikan kesempatan bagi produsen dari negara tertentu untuk memalsukan dan membajak produk asli dari suatu merek. Produk pemalsuan didefinisikan sebagai produk yang dibuat untuk meniru seluruh penampilan dari sebuah produk. Pemalsuan akan barang palsu telah menjamur diseluruh dunia dan mengalami peningkatan pada tahun 2001 dalam pertumbuhan tingkat berbahaya bagi pemilik hak merek dagang (Bian & Veloutsou, 2005).

Salah satu Negara yang menjadi pelaku perdagangan barang replika adalah Indonesia. Indonesia merupakan negara yang menempati peringkat ketiga

diantara negara yang memproduksi barang palsu di Asia (Jakarta Post, 2011). Pada tahun 2007, barang palsu yang beredar di Indonesia sebanyak 443.556.298 unit. Barang palsu terdiri dari barang *fashion* (70%), yakni tas, pakaian, topi, jam, kacamata, parfum dan (30%) menjala perangkat lunak dan suku cadang otomotif (Jakarta Post, 2011).

Meskipun produk palsu adalah produk yang melanggar hukum namun tingginya persentase barang palsu yang beredar di Indonesia, tentunya dikarenakan adanya dorongan dari tingkat permintaan minat konsumen terhadap barang palsu tinggi. Menurut sumber yang di dapatkan dari situs ([www.aprillins.com](http://www.aprillins.com)), penyebab minat konsumen pada barang palsu disebabkan oleh merek dan harga. Harga adalah salah satu peran yang penting bagi konsumen dalam pengambilan keputusan sebelum membeli suatu barang. Beberapa orang mempersepsikan bahwa seseorang yang ingin menampilkan gaya dengan memakai barang yang bagus, namun tidak mampu untuk membeli barang yang mewah maka seseorang akan memutuskan untuk membeli barang palsu, karena harga dari barang palsu jauh lebih rendah di bandingkan dengan barang asli dan barang palsu adalah barang yang ditiru hampir persis dengan barang asli sehingga konsumen dapat memiliki barang yang bagus dan merek yang sama dengan harga yang murah.

Peneliti Huang *et al.* (2004); Phau dan Teah (2009) menemukan faktor sikap seringkali di jadikan sebagai penentu niat membeli konsumen terhadap suatu barang, namun faktor sikap tidak bisa terjadi secara langsung tanpa adanya faktor yang mempengaruhi sikap terhadap niat membeli. Peneliti (Hidayat &

Diwasasri, 2013; Wang *et al.*, 2005), menemukan faktor yang dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap niat membeli barang palsu dipengaruhi oleh faktor sosial dan faktor personal. Ang *et al.* (2001) mengemukakan faktor sosial adalah faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu barang yang dipengaruhi dari faktor sosial yang bersifat informatif dan normatif; Faktor personal adalah faktor kepribadian seseorang yang dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu barang yang meliputi faktor dari nilai kesadaran, integritas dan pencarian sensasi. peneliti dari Budiman (2012), menemukan sikap ketaatan hukum juga sering di jadikan sebagai penentu dari niat membeli konsumen terhadap barang palsu.

Berdasarkan fenomena yang muncul diatas, maka peneliti berminat untuk meneliti lebih lanjut dengan berjudul “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen Membeli Tas Palsu (Studi Pada Konsumen di Kota Batam)**”.

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Mengacu pada paparan di atas, maka permasalahan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah Informasi Rentan berpengaruh negatif terhadap sikap?
- b. Apakah Informasi Rentan berpengaruh positif terhadap Niat Membeli?
- c. Apakah Sikap memediasi hubungan antara Informasi Rentan dengan Niat Membeli?
- d. Apakah Normatif Rentan berpengaruh negatif terhadap Sikap?

- e. Apakah Normatif Rentan berpengaruh positif terhadap niat membeli?
- f. Apakah Sikap memediasi hubungan antara Normatif Rentan dengan Niat membeli?
- g. Apakah Nilai Kesadaran berpengaruh positif terhadap Sikap?
- h. Apakah Nilai Kesadaran berpengaruh positif terhadap Niat Membeli?
- i. Apakah Sikap memediasi hubungan antara Nilai Kesadaran dengan Niat Membeli?
- j. Apakah Integritas berpengaruh negatif terhadap Sikap?
- k. Apakah Integritas berpengaruh positif terhadap Niat Membeli?
- l. Apakah Sikap memediasi hubungan antara Integritas dengan Niat Membeli?
- m. Apakah Pencarian sensasi berpengaruh positif terhadap Sikap?
- n. Apakah Pencarian sensasi berpengaruh positif terhadap Niat Membeli?
- o. Apakah Sikap memediasi hubungan antara Pencarian Sensasi dengan Niat Membeli?
- p. Apakah Sikap Ketaatan Hukum berpengaruh positif terhadap Niat Membeli?
- q. Apakah Sikap berpengaruh positif terhadap Niat Membeli?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang mengacu di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh negatif antara Informasi Rentan dengan Sikap
- b. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Informasi Rentan dengan Niat Membeli
- c. Untuk mengetahui apakah Sikap memediasi hubungan antara Informasi Rentan dengan Niat membeli
- d. Untuk mengetahui pengaruh negatif antara Normatif Rentan dengan Sikap
- e. Untuk mengetahui pengaruh Positif antara Normatif Rentan dengan Sikap
- f. Untuk mengetahui apakah Sikap memediasi hubungan antara Normatif Rentan dengan Niat Membeli
- g. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Nilai Kesadaran dengan Sikap
- h. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Nilai Kesadaran dengan Niat Membeli
- i. Untuk mengetahui apakah Sikap memediasi hubungan antara Nilai Kesadaran dengan Niat Membeli
- j. Untuk mengetahui pengaruh negatif antara Integritas dengan Sikap
- k. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Integritas dengan Niat Membeli
- l. Untuk mengetahui apakah Sikap memediasi hubungan antara Integritas dengan Niat Membeli
- m. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Pencarian Sensasi dengan Sikap
- n. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Pencarian sensasi dengan Niat Membeli
- o. Untuk mengetahui apakah Sikap memediasi hubungan antara Pencarian Sensasi dengan Niat Membeli

- p. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Ketaatan Hukum antara Niat Membeli
- q. Untuk mengetahui pengaruh positif antara Sikap dengan Niat Membeli

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan informasi bagi manajemen dari perusahaan produsen barang asli untuk mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi keinginan konsumen terhadap niat membeli barang palsu.

#### **b. Bagi Akademi**

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti lain sebagai pemikiran dan referensi yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan niat membeli.

### **1.4 Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah pembahasan lebih lanjut, terperinci dan jelas, maka sistematika pembahasan diatur sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan serta sistematika pembahasan.

## **BAB II : KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisa pokok masalah yang berhubungan dengan faktor sosial (Informasi rentan & Normatif rentan); faktor personal (nilai kesadaran, integritas, pencarian sensasi) berpengaruh terhadap sikap sebagai variabel mediasi dan sikap ketaatan hukum berpengaruh terhadap niat membeli konsumen akan barang palsu serta metode yang digunakan dalam menganalisis data dan perumusan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, metode analisis data, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis terhadap variabel dependen dan uji hipotesis terhadap variabel mediator.

## **BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan hasil analisa data yaitu menguji hipotesis dengan membahas hasil statistik deskriptif dari kuesioner, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

## **BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Bab ini penulis memberikan kesimpulan akhir dari seluruh pembahasan yang sudah penulis sajikan, keterbatasan yang ada pada penelitian dan saran bagi peneliti selanjutnya.