

PENGARUH *MORAL INTENSITY*, *MATERIALISM* DAN
SUBJECTIVE NORM TERHADAP *ATTITUDE TOWARDS*
COUNTERFEITING FASHION PRODUCT PADA KONSUMEN PASAR
ATOM
(STUDI PERBEDAAN *GENDER*)



OLEH:
FLORENSIA AGUSTINA
3103013155

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

PENGARUH *MORAL INTENSITY*, *MATERIALISM* DAN
SUBJECTIVE NORM TERHADAP *ATTITUDE TOWARDS*
COUNTERFEITING FASHION PRODUCT PADA KONSUMEN PASAR
ATOM
(STUDI PERBEDAAN *GENDER*)

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis
Jurusan Manajemen

OLEH:

FLORENSIA AGUSTINA

3103013155

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Florensia Agustina

NRP : 3103013155

Judul Skripsi : Pengaruh *Moral Intensity*, *Materialism* dan *Subjective Norm* terhadap *Attitude Towards Counterfeiting Fashion Product* pada Konsumen Pasar Atom (Studi Perbedaan *Gender*)

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI merupakan karya tulis saya. Apabila karya tulis ini terbukti merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14-02-2018



Florensia Agustina
3103013155

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *MORAL INTENSITY*, *MATERIALISM* DAN
SUBJECTIVE NORM TERHADAP *ATTITUDE TOWARDS*
COUNTERFEITING FASHION PRODUCT PADA KONSUMEN PASAR
ATOM
(STUDI PERBEDAAN *GENDER*)**

Oleh :
Florensia Agustina

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing II,



Dr. Diyah Tulipa, SE., MM.
Tanggal: 04-01-2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Florensia Agustina, NRP 3103013155
Telah diuji pada tanggal ...30-01-2018.....dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:




Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si.
NIK. 311.89.0168

Mengetahui



Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L. SE
NIK. 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikan, kasih karunia, dan penyertaan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bu Dr. Diah Tulipa, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah sabar berbagi ilmu, membimbing, dan memberi pengarahan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan baik.
4. Para Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, terutama para Ibu dosen Rumpun Ritel, yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Keluarga saya yang tercinta, yang terus tanpa henti memberikan semangat dan dukungan yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat.
6. Teman-teman seperjuangan saya dalam menyusun skripsi, yang memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis terus berkomitmen menyusun skripsi dengan sebaik-baiknya.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah dan saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala dukungan, semangat, dan doa.

Akhir kata, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Dengan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan dijadikan pembelajaran oleh penulis di masa depan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan. Terima kasih. Tuhan memberkati kita semua.

Surabaya,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2.2.2. <i>Attitude Toward Counterfeiting Fashion Product</i>	14
2.2.3. <i>Moral Intensity</i>	16
2.2.4. <i>Materialism</i>	18
2.2.5. <i>Subjective Norm</i>	19

2.2.6. <i>Gender</i>	21
2.2.7 <i>Counterfeiting</i>	22
2.2.7.1. Pengertian <i>Counterfeit Product</i>	23
2.2.7.2. Jenis-jenis <i>Counterfeit Product</i>	23
2.2.7.3. Kerugian dari <i>Counterfeit Product</i>	24
2.2.7.4. Ciri-ciri <i>Counterfeit Product</i>	24
2.3. Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1. Pengaruh <i>Moral Intensity</i> terhadap <i>Attitude</i> <i>Toward Counterfeiting Fashion Product</i>	25
2.3.2. Pengaruh <i>Materialism</i> terhadap <i>Attitude</i> <i>Toward Counterfeiting Fashion Product</i>	25
2.3.3. Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Attitude</i> <i>Toward Counterfeiting Fashion Product</i>	26
2.3.4. Pengaruh <i>Gender</i> terhadap <i>Attitude</i> <i>Toward Counterfeiting Fashion Product</i>	27
2.4. Model Penelitian.....	29
2.5. Hipotesis.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN	30
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Identifikasi Variabel	30
3.3. Definisi Operasional Variabel	31
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	32
3.5. Pengukuran Variabel.....	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.7.1. Populasi.....	34
3.7.2. Sampel.....	34
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	35

3.8. Uji Analisis Data	35
3.8.1 Uji Validitas	35
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.9. Uji Asumsi Klasik	36
3.9.1. Uji Normalitas	36
3.9.2. Uji Multikolinieritas	37
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.10. Teknik analisis data	38
3.10.1. Koefisien determinasi	39
3.10.2. Uji statistic F	39
3.10.3. Uji t	40
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Karakteristik Responden	41
4.1.1. Usia	41
4.1.2. Jenis Kelamin	42
4.1.3. Pekerjaan.....	42
4.1.4. Pengeluaran	43
4.1.5. Pendapatan	44
4.1.6. Frekuensi Pembelian.....	44
4.2. Statistik Deskriptif Variabel.....	45
4.2.1. Variabel <i>Moral Intensity</i>	46
4.2.2. Variabel <i>Materialism</i>	46
4.2.3. Variabel <i>Subjective Norm</i>	47
4.2.4. Variabel <i>ATCFP</i>	48
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian.....	49
4.3.1. Uji Validitas	49
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	52
4.4. Uji Asumsi Klasik	53

4.4.1. Uji Normalitas	53
4.4.2. Uji Multikolinieritas	54
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.5. Analisis Regresi.....	56
4.5.1. Koefisien Determinasi	56
4.5.2. Uji Statistik F	56
4.5.3. Uji t.....	57
4.6. Pembahasan hasil penelitian.....	59
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Simpulan	63
5.2. Saran	64
5.2.1. Saran Akademik	64
5.2.2. Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
DAFTAR LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	10
Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran	43
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	44
Tabel 4.6 Karateristik Berdasarkan Frekuensi Membeli	44
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Moral Intensity</i>	46
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Materialism</i>	46
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Subjective Norm</i>	47
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>ATCFP</i>	48
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Moral Intensity</i>	49
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Materialism</i>	50
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel <i>Subjective Norm</i>	51
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel <i>ATCFP</i>	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikan Simultan.....	57
Tabel 4.20 Hasil Uji t	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Theory of Planned of Behavior</i>	14
Gambar 2. Model Penelitian	28
Gambar 4.1 <i>Normal P-Plot</i>	53
Gambar 4.2 <i>Scatter plot</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil Responden	68
Lampiran 2. Statistik Deskriptif.....	70
Lampiran 3. Validitas dan Reliabilitas	71
Lampiran 4 Hasil Regresi	75
Lampiran 5 Kueisoner	77

ABSTRAK

Perkembangan dunia fashion yang begitu cepat menyebabkan sebagian besar orang menyadari bahwa citra diri atau status merupakan hal yang penting bagi kehidupan sosial, namun dengan keterbatasan finansial tidak semua orang mampu membeli produk mewah tersebut. Hal ini menyebabkan fenomena maraknya praktik jual beli produk palsu. Produk palsu digunakan sebagai alternatif dari keberadaan barang mewah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *moral intensity*, *materialism*, *subjective norm*, dan *gender* terhadap *attitude toward counterfeiting fashion product* pada konsumen pasar atom. Penelitian ini merupakan penelitian kausal dan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 110 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui alat bantu kuesioner dan diolah dengan teknik regresi linier berganda menggunakan program SPSS. Objek dari penelitian ini adalah pasar atom. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *moral intensity* berpengaruh negatif dan signifikan, *materialism* berpengaruh positif dan signifikan, dan *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward counterfeiting fashion product*, serta *gender* tidak mempengaruhi terhadap *attitude towards counterfeiting fashion product*.

Kata Kunci: *Moral Intensity, Materialism, Attitude Toward Counterfeiting Fashion Product, Gender.*

ABSTRACT

The development of the fashion world so fast cause most people realize that self image or status is crucial for social life, but with the financial limitations not all people can afford to buy luxury products. This led to the phenomenon of the rampant practice of selling counterfeit products. Counterfeit products used as alternative from the existence of luxury goods. This research aims to know the influence of moral intensity, materialism, subjective norm, and gender against the attitude toward counterfeiting fashion product on the consumer market. This research is causal and quantitative research. The samples used in the study of 110 respondents. Data collection was done through questionnaires and tools processed with multiple linear regression technique using program SPSS. The object of this research is the Atomic market. The results of this research show that the moral intensity of the negative and significant, influential materialism influential positive and significant, and subjective norm of positive and significant effect against the attitude toward counterfeiting fashion product , as well as gender does not affect against the attitude towards counterfeiting of fashion product.

Keywords: Moral Intensity, Materialism, Attitude Toward Counterfeiting, Gender.