

ABSTRAK

Pemalsuan barang mewah merupakan bisnis yang sangat menguntungkan, di Asia terutama di negara Cina, Hong Kong, Korea Selatan, Singapura, Taiwan, Thailand, Malaysia dan Indonesia. miliar dolar hilang setiap tahunnya karena pembuatan dan penjualan barang- barang mewah palsu. Peneliti melakukan survei terkait produk sepatu tiruan merek terkenal. Merek sepatu terkenal di Indonesia yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nike, Adidas, League, Reebok, Converse, Bata, Kasogi dan Puma.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran nilai, pemenuhan status sosial, materialisme dan sikap terhadap merek terhadap keputusan pembelian pelanggan terhadap sepatu tiruan merek terkenal. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesadaran nilai, pemenuhan status sosial dan materialisme sebagai variabel independen, sikap terhadap merek sebagai variabel intervening dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 207 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.00 dan dibantu pula dengan analisis menggunakan SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran nilai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap merek, pemenuhan status sosial memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap sikap terhadap merek, materialisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap merek dan sikap terhadap merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kesadaran nilai, pemenuhan status sosial, materialisme, sikap terhadap merek, keputusan pembelian.