

**Pengaruh Inter-Personal Motivation dan Personal Motivation pada Attitudes  
Toward Counterfeit Product**



**Skripsi**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Disusun Oleh:**

**MUTIARA ADZHANI HARINDA**

**F0212074**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARETSURAKARTA**

**2016**

## ABSTRAK

### PENGARUH INTER-PERSONAL MOTIVATION DAN PERSONAL MOTIVATION PADA ATTITUDES TOWARD COUNTERFEIT PRODUCT

MUTIARA ADZHANI HARINDA

(F0212074)

Indonesia merupakan salah satu dari negara yang memiliki pengawasan peredaran barang-barang palsu yang sangat rendah dan laju pertumbuhan penjualan online maupun pada pasar fisik barang palsu sangat tinggi di Indonesia. Maraknya konsumsi barang counterfeit menjadikan adanya fenomena sikap perilaku konsumen terhadap barang *counterfeit*. Penelitian ini merupakan modifikasi dari *Prestige Seeking Consumer Behavior (PSCB)* oleh Vigneron dan Johnson pada tahun 2002.

Penelitian ini menguji pengaruh hubungan antara *conspicuousness*, nilai hedonis, nilai keunikan, kualitas, nilai hedonis, *extended self*, dan *value consciousness* terhadap *attitude toward counterfeit*.

Populasi penelitian ini adalah masyarakat kota Surakarta yang pernah membeli produk counterfeit yang terdiri dari tas, jam tangan, sepatu, baju, kacamata, dompet dan parfum. Sampel penelitian diambil sebanyak 200 responden dengan teknik *purposive sampling* dan data primer diperoleh dari kuesioner. Data yang diperoleh diuji dengan analisis deskriptif, korelasi, dan regresi liner berganda dengan menggunakan *software* SPSS 16.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *conspicuousness*, dan *value consciousness* berpengaruh positif pada *attitude toward counterfeit*, sedangkan kualitas berpengaruh negatif pada *attitude toward counterfeit*.

Kata Kunci: *conspicuous consumption*, *conspicuousness*, nilai hedonis, nilai keunikan, *extended self*, *value consciousness*, *attitude toward counterfeit product*.

## **ABSTRACT**

### **THE IMPACT OF INTER-PERSONAL MOTIVATION AND PERSONAL- MOTIVATION ON ATTITUDE TOWARD COUNTERFEIT PRODUCT**

**MUTIARA ADZHANI HARINDA**

**(F0212074)**

*Indonesia is one of the countries that have low surveillance over the distribution of counterfeit goods and the rate of growth of sales online and in the physical market of counterfeit goods is very high. The rise of counterfeit goods consumption makes the phenomenon of consumer behavior attitudes toward counterfeit goods. This study is a modification of the framework Prestige Seeking Consumer Behavior (PSCB) by Vigneron and Johnson in 2002.*

*This study examined the effect of the relationship between conspicuousness, hedonic value, uniqueness, quality, hedonic value, extended self, and value consciousness to the attitude toward counterfeit.*

*The population targeted on this research consists of consumers in the city of Surakarta who ever buy counterfeit products consisting of bags, watches, shoes, clothes, sunglasses, wallets and perfumes. The sample derives from 200 respondents which were taken by purposive sampling and primary data obtained from questionnaires. The data obtained were tested with descriptive analysis, correlation and multiple linear regression using SPSS 16 software.*

*The result of this research shows that the conspicuousness, and value consciousness has the positive impact on the attitude toward counterfeit, while quality has the negative impact on the attitude toward counterfeit.*

*Keyword: conspicuous consumption, conspicuousness, hedonic value, uniqueness, extended self, value consciousness, attitude toward counterfeit product.*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Skripsi dengan judul:**

**PENGARUH INTER-PERSONAL MOTIVATION DAN PERSONAL MOTIVATION  
PADA ATTITUDE TOWARD COUNTERFEIT PRODUCT**

Disusun oleh:

**Mutiara Adzhani Harinda**

NIM. F0212074

Surakarta, 20 Desember 2016

Disetujui dan diterima oleh

Dosen pembimbing

**Retno Tanding Suryandari, Ph.D.**

**NIP. 197105282000032001**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:  
**PENGARUH INTER-PERSONAL MOTIVATION DAN PERSONAL MOTIVATION  
PADA ATTITUDE TOWARD COUNTERFEIT PRODUCT**

Atas nama mahasiswa : Mutiara Adzhani Harinda (NIM. F0212074)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sebelas Maret.

Surakarta, 2017

Tim Penguji Skripsi

1. Drs. Bambang Sarosa, M.Si Sebagai Ketua (.....)  
NIP. 195503011985031002
2. Retno Tanding Suryandari, Ph.D. Sebagai Pembimbing (.....)  
NIP. 197105282000032001
3. Drs. Muh. Amien Gunadi, M.P Sebagai Anggota (.....)  
NIP. 195610231986011001

Disahkan oleh  
Ketua Jurusan Manajemen

Reza Rahardian, S.E., M.Si.  
NIP. 197406092000121001

## **SURAT PERNYATAAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Mutiara Adzhani Harinda  
NIM : F0212074  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inter-Personal Motivation dan Personal  
Motivation pada Attitute Toward Counterfeit

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 20 Januari 2017  
Mahasiswa yang menyatakan

Mutiara Adzhani Harinda  
NIM. F0212074

## HALAMAN MOTTO

*In order for us to truly create and contribute to the world, we have to be able to connect countless dots, to cross-pollinate ideas from a wealth of disciplines, to combine and recombine these pieces and build new castles.*

**(Maria Popova)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama, Ibu Kadarinah Andayani.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Inter-Personal Motivation dan Personal Motivation pada Attitute Toward Counterfeit” dapat diselesaikan oleh penulis yang merupakan sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Secara khusus, rasa terima kasih penulis haturkan kepada yang terhormat:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan kafilah-Nya di dunia.
2. Ibu Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Reza Rahardian, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta serta selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat.
4. Ibu Retno Tanding Suryandari, Ph.D selaku dosen pembimbing Skripsi, terimakasih banyak atas waktu,bimbingan dan pengarahannya dalam proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Drs. Djoko Purwanto, M.B.A selaku dosen pembimbing akademik saya.

6. Teristimewa kepada keluarga saya: Papa, Mama, Bella, Nada yang tidak henti-hentinya memberi dukungan, kasih sayang dan doa kepada saya.
7. Sahabat terdekat grup “Angkatan Tuo” (Ryan, Dea, Irfan, Ahong, Santo, Ucup, Faiz) yang selalu memberikan motivasi dan keceriaan.
8. Teman satu perjuangan skripsi saya (Savira, Eka, Latifah, Galang, Hantoro) yang bersama-sama berjuang dari titik awal sampai akhir perjuangan akademik kami.
9. Keluarga Besar KKN NTT Fatukoto periode Juli-Agustus 2015 yang bersama-sama berjuang dalam keterbatasan dan bersama-sama mempelajari makna hidup dan perjuangan yang sesungguhnya.
10. Teman-teman Manajemen kelas B angkatan 2012 yang bersama-sama dalam belajar pada bangku perkuliahan, walaupun pada akhirnya kami tidak lulus bersama-sama, hehe.
11. Teristimewa, Yanto Gosling.
12. Kemudian semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran pelaksanaan studi dan penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Penulis,

Mutiara Adzhani Harinda

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Abstrak .....	ii
<i>Abstract</i> .....	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	iv
Halaman Pengesahan .....	v
Halaman Pernyataan .....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Halaman Motto .....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Telaah Pustaka.....	7
2.1.2. <i>Conspicuous Consumption</i> .....	7

2.1.2. <i>Inter-Personal Motivation</i> .....	9
2.1.2.1. <i>Conspicuousness</i> .....	9
2.1.2.2. <i>Uniqueness</i> .....	11
2.1.2.3. <i>Quality</i> .....	12
2.1.3. <i>Personal-Motivation</i> .....	14
2.1.3.1. <i>Hedonic</i> .....	14
2.1.3.2. <i>Extended Self</i> .....	16
2.1.3.3. <i>Value Consciousness</i> .....	17
2.1.4. <i>Attitudes Toward Counterfeit Product</i> .....	20
2.2. Kerangka Konseptual.....	23
2.3. Perumusan Hipotesis.....	23
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Populasi, Sampel, dan Sampling.....	25
3.3. Definisi Operasional dan Variabel.....	26
3.4. Sumber Data dan Pengumpulan Data.....	32
3.4.1. Sumber Data.....	32
3.4.2. Alat Pengumpulan Data.....	32
3.5. Metode Analisis Data.....	33
3.5.1. Uji Deskriptif.....	33
3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.5.2.1. Uji Validitas.....	33
3.5.2.2. Uji Reliabilitas.....	34
3.6. Teknik Analisa Data.....	34
3.6.1. Korelasi.....	35
3.6.2. Regresi Linier Berganda.....	35

3.7. Pengujian Hipotesis.....	35
-------------------------------	----

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1. Uji Pendahuluan.....	37
4.2. Analisis Deskriptif Responden.....	37
4.2.1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.2.2. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
4.2.3. Distribusi Responden Berdasarkan Barang <i>Counterfeit</i> .....	38
4.3. Uji Instrumen.....	39
4.3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
4.3.2. Uji Korelasi.....	44
4.3.3. Uji Regresi.....	46
4.3.3.1. Uji F.....	46
4.3.3.2. Uji T.....	47
4.3.3.3. Koefisien Determinasi.....	50
4.4. Analisis Hasil Penelitian.....	50

#### **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	52
5.2. Implikasi Teoritis .....	52
5.3. Implikasi Praktis .....	53
5.4. Keterbatasan .....	53
5.5. Saran .....	53

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL</b>	<b>Halaman</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
IV.1 Deskripsi Data Responden.....	39
IV.2 Hasil Uji Validitas.....	40
IV.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
IV.4 Hasil Uji Korelasi.....	44
IV.5 Hasil Uji F.....	45
IV.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR</b>	<b>Halaman</b>
II.1 Model Penelitian.....	23