

Pengaruh *Counterfeit Proneness* Terhadap *Counterfeit Purchase Intention* Pakaian Tiruan Di Surabaya

William Stanza Setiawan

Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

Williamstanza95@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Counterfeit Proneness* terhadap *Counterfeit Purchase Intention*. Penelitian ini juga meneliti dan mengetahui hubungan *Ethical Judgements* terhadap *Counterfeit Purchase Intention* di wilayah Surabaya. Objek yang diambil adalah pakaian tiruan di Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah 200 responden yang berdomisili Surabaya dan pernah membeli dan juga menggunakan pakaian tiruan dalam 1 tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah non probability sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melalui pengujian secara statistik. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan *Analysis of Moment Structure (AMOS 21)*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis, kecuali hubungan *subjective norms* terhadap *counterfeit purchase intention* yang terbukti tidak signifikan. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan *ethical judgements* yang berhubungan positif terhadap *counterfeit purchase intention*.

Kata kunci: *Counterfeit Purchase Intention, Subjective Norms, Ethical Judgements, Counterfeit Product Evaluation, Counterfeit Purchase Intention*

Abstract

This study aimed to determine the effect of Counterfeit Proneness toward Counterfeit Purchase Intention. This study also examined and determine the relationship of Ethical Judgments toward Counterfeit Purchase Intention in Surabaya. Objects taken is counterfeit clothes in Surabaya.

The data used in research is primary data obtained from questionnaires. Respondent in this study were 200 respondents who have live in Surabaya and who've been buy and also wear counterfeit clothes in the last 1 year. The sampling technique of this study was non-probability sampling. This study uses a quantitative approach through statistical

analysis. Test conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of Analysis of Moment Structures (AMOS 21).

The results are consistent with the hypothesis, except the relationship of Subjective norms toward counterfeit purchase intention that proved not significant. In addition, the results also showed that ethical judgments are positively related to counterfeit purchase intention.

Key words: Counterfeit Purchase Intention, Subjective Norms, Ethical Judgements, Counterfeit Product Evaluation, Counterfeit Purchase Intention

PENDAHULUAN

Counterfeits adalah kegiatan ilegal membuat suatu produk yang menyerupai produk asli dengan harga yang lebih rendah dan memiliki kualitas yang lebih rendah dalam hal kinerja, kehandalan, atau daya tahan dibandingkan produk aslinya. Maraknya praktik *Counterfeiting* diseluruh dunia membuat industri ini terus bertumbuh setiap tahunnya. Berdasarkan laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) mengenai data *counterfeit* dunia. Pada Tahun 2005, total nilai *counterfeit product* di seluruh dunia mencapai 200 triliun USD, dan mengalami kenaikan menjadi 250 triliun USD pada tahun 2007. Data terbaru menunjukkan pada Tahun 2013, total nilai *counterfeit product* di seluruh dunia mencapai 461 triliun USD.

Di Indonesia sendiri banyak praktik *counterfeit* terjadi bahkan tingkat *counterfeit* dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Peredaran produk palsu pada 2014 berpotensi merugikan Indonesia hingga Rp. 65,1 triliun. Sekeretaris Jenderal Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) Justisiari P Kusumah mengatakan mengatakan kerugian itu meningkat dibandingkan hasil survei MIAP (2010) yang memperkirakan kerugian perekonomian terkait PDB sebesar Rp. 43,2 triliun. Pemalsuan produk telah merugikan perekonomian dari segi penerimaan pendapatan negara seperti pajak sebesar Rp. 424.856 juta. Negara juga menderita kerugian akibat kehilangan kesempatan kerja, yakni Rp. 3.395.887 juta. Sehingga dari data tersebut terdapat peningkatan 1,5 kali lipat dalam periode waktu lima tahun. (<http://industri.bisnis.com/read/20150225/12/406333/survei-miap-peredaran-produk-palsu-rugikan-negara-rp651-triliun>).

Maraknya peredaran barang palsu di pasar kian meresahkan banyak pihak. Selain merugikan pemerintah (pajak), keberadaan barang palsu juga merugikan pelaku sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen. Produksi suatu industri yang barangnya dipalsukan membuat pasarnya tergerus. Demikian disampaikan anggota Tim Survei dari Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Eugenia Mardanugraha di Hotel Grand Sahid Jaya, Jakarta, Rabu (16/7/2014). Dari kerugian Rp. 3 triliun tersebut, potensi kehilangan upah ini terutama mengancam buruh yang bekerja di sektor industri pakaian dan barang dari kulit sebesar Rp. 2,32 triliun, industri makanan dan minuman sebesar Rp. 620,2 miliar, industri farmasi dan kosmetika sebesar Rp. 268,4 miliar serta industri software dan tinta printer sebesar Rp. 186,3 miliar. (<http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2639468/dampak-peredaran-produk-abal-abal-industri-rugi-rp-3-triliun>).

Menteri perdagangan Rachmat Gobel, Jumat 30 Januari 2015, menyatakan bahwa masih banyak barang impor yang beredar di pasaran merupakan produk palsu dan berkualitas rendah. Karena dapat membahayakan konsumen, masyarakat diharap berhati-hati dalam memilih dan membeli produk impor. "Dari total barang impor yang masuk ke Indonesia, sebanyak 40 persen adalah barang palsu dan berkualitas rendah," ujar Rachmat. Kementerian Perdagangan pun kini sedang gencar mencabut izin impor terhadap beberapa produk. Pelarangan impor terutama ditujukan pada produk berkualitas rendah dan berbahaya bagi keselamatan konsumen. (<http://www.viva.co.id/prancis2016/read/583898-mendag--40-persen-produk-impor-berkualitas-rendah-dan-palsu>).

Survei Pusat Hak Cipta Intelektual Dunia (Global Intellectual Property Center/ GIPC), menilai Indonesia masih lemah dalam melakukan perlindungan kekayaan intelektual atau IP (*Intellectual Property*). Dari 38 negara yang disurvei, Indonesia berada di posisi 33 dengan indeks IP 8,59. Meski memiliki IP *framework*, Indonesia tidak memiliki masa perpanjangan paten atau peraturan akan perlindungan data, serta memiliki tingkat pembajakan kekayaan intelektual sangat tinggi. Dari data *Organization for Economic Co-operation and Development's* (OECD), didapat angka pembajakan merek di seluruh dunia yang

cukup fantastis. Jumlah total impor barang palsu pada 2013 mencapai \$461 miliar atau sekitar Rp. 6 ribu triliun, menyumbang 2,5 persen dari jumlah impor global. (<https://tirto.id/barang-palsu-membuat-rugi-tapi-juga-menghidupi-89R>).

Penegakan hukum di Indonesia masih sangat lemah. Ketua umum MIAP, Widyaretna Buenastuti menjelaskan bahwa tingginya pertumbuhan barang palsu di Indonesia disebabkan beberapa faktor. Selain persoalan daya beli penegakan hukum di Indonesia masih sangat lemah, “Itu bisa dilihat dari hasil survei kami. Misalnya sebanyak 64,6% konsumen merasa tidak mungkin diadili kalau gunakan barang palsu. Lalu 27% penjual mengaku razia petugas kurang. Ada pula sekitar 27% produsen yang menilai hukuman terlalu ringan,” jelasnya. (<http://swa.co.id/swa/trends/business-research/karena-barang-palsu-pdb-indonesia-bisa-merugi-rp651-triliun-per-tahun>)

Tingginya tingkat *counterfeit* di Indonesia juga tercermin dari hasil survei pada tahun 2014 oleh Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) dan LPEM-FEUI. Survei ini dilakukan di 2 kota terbesar di Indonesia yaitu Jakarta dan Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 591 responden. Dari hasil survei tersebut, Tinta printer merupakan jenis produk *counterfeit* yang paling sering dikonsumsi dengan presentase 49,4%. Kemudian disusul dengan Pakaian sebesar 38,9% dan Barang dari kulit dengan jumlah 37,2%.

Ketua Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) Widyaretna Buenastuti menyebutkan jika dibandingkan dengan produk palsu pada 2010, peningkatan tinta printer merupakan yang paling banyak karena belum ditemukan produk palsu saat itu. Widyaretna menyayangkan produk palsu lainnya juga meningkat, seperti pakaian dari 30,2 persen pada 2010 menjadi 38,9 persen 2014, barang dari kulit dari 35,7 persen menjadi 37,2 persen, kosmetika dari 6,4 persen menjadi 12,6 persen, farmasi dari 3,5 persen menjadi 3,8 persen. (<http://www.republika.c7o.id/berita/nasional/umum/14/07/16/n8t4jp-tinta-printer-palsu-paling-banyak-beredar>)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh salah satu produsen printer dan tinta yaitu Hewlett-Packard (HP) secara global, 58 persen pengguna kartrid tinta dan toner mengaku tidak mengetahui bahwa produk yang dibelinya ternyata

aspal alias asli tapi palsu. Secara sepintas, produk katrid tinta dan toner yang dijual memang asli buatan HP karena menggunakan kemasan yang sama. Namun, setelah dicoba untuk mencetak dokumen, kualitas tintanya tidak terlalu bagus karena ternyata palsu. Jadi pembeli tidak bisa membedakan yang asli dan palsu. <http://tekno.kompas.com/read/2013/10/04/1011478/Survei.Pengguna.Printer.HP.Tak.Sadar.Beli.Kartrid.Palsu>

Dari hasil surevei Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) tahun 2010 dan 2014 terdapat peningkatan persentase yang signifikan untuk tinta printer tiruan dan pakaian tiruan, yaitu sebesar 49,4% dan 8,7%. Namun kebanyakan konsumen tertipu, tidak sengaja dan tidak mengetahui bahwa tinta yang dibelinya adalah palsu, maka tinta printer tidak dapat dijadikan objek dalam penelitian ini karena penelitian ini mengukur minat membeli produk tiruan secara disengaja.

Dari data survei MIAP dan LPEM-FEUI, peneliti pun melakukan polling kepada 30 responden untuk mengetahui jenis produk counterfeit yang paling sering dibeli konsumen khususnya Surabaya. Di urutan pertama, terdapat 10 responden menjawab paling sering membeli pakaian. Urutan kedua, terdapat 8 responden yang menjawab sering membeli produk berbahan kulit, dan ketiga terdapat 7 responden menjawab film DVD. Sedangkan terdapat 2 responden menjawab jam tangan mewah serta terdapat masing-masing 1 responden menjawab tinta printer, tas ransel, dan software anti virus. Sehingga dapat disimpulkan produk Counterfeit yang paling sering dibeli konsumen Surabaya yaitu pakaian tiruan.

Alasan untuk membeli counterfeit product sangat beragam, dan berbeda-beda antara alasan setiap individu. Untuk mengetahui alasan pembelian counterfeit, peneliti melakukan polling terhadap 30 responden. Alasan yang paling banyak dijawab adalah karena harga counterfeit product yang murah dengan presentase 76,67% (23 responden). Kemudian, sebanyak 3 responden menjawab karena mudah di peroleh, dan terdapat 2 responden menjawab karena kualitas yang baik. Alasan lain seperti pengaruh dari keluarga atau teman dan desain yang menarik dipilih masing-masing 1 responden. Sehingga dapat disimpulkan tingginya minat konsumen membeli barang tiruan yaitu karena harga

yang murah dibandingkan aslinya. Berdasarkan hasil data primer dan sekunder, dapat disimpulkan bahwa pakaian tiruan memiliki pertumbuhan persentase yang tinggi dan sangat diminati konsumen Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan termasuk ke dalam jenis penelitian *basic research*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari adanya pengaruh *counterfeit proneness*, *subjective norms*, dan *ethical judgements* terhadap *counterfeit purchase intention* yang dimediasi oleh *counterfeit product evaluation*. Selain itu, masalah yang menjadi penelitian ini ditentukan oleh peneliti sendiri melalui replikasi jurnal.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal karena mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat dengan menganalisa factor-faktor terjadinya atau munculnya suatu fenomena tertentu. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan pengolahan data yang menghasilkan data. *Counterfeit proneness* merupakan variabel eksogen (*exogeneous variable*), sedangkan *counterfeit purchase intention* merupakan variabel endogen (*endogeneous variable*) serta terdapat variabel mediasi yaitu *subjective norms*, *ethical judgements* dan *counterfeit product evaluation*. Dari teknik, penelitian ini menggunakan survei dengan menyebar kuesioner langsung kepada responden.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner tentang pengaruh *counterfeit proneness*, *subjective norms*, *ethical judgements*, *counterfeit product evaluation* dan *counterfeit purchase intention*. Konsumen yang membeli dan memakai pakaian tiruan sesuai dengan karakteristik yang disyaratkan di lapangan. Karakteristik yang disyaratkan yaitu pernah membeli dan memakai pakaian tiruan dalam waktu 1 tahun terakhir, serta berdomisili di Surabaya. Periode penelitian ini dilakukan dalam waktu 3 bulan terakhir.

Aras pengukuran pada penelitian ini menggunakan aras interval yaitu aras yang diketahui jaraknya tapi titik 0 bisa diletakkan di sembarang tempat. Skala yang digunakan yaitu skala Likert 1 – 5 di mana angka 1 menunjukkan sangat

tidak setuju dan angka 5 menunjukkan sangat setuju. Skala ini dipakai untuk setiap pernyataan dalam kuesioner.

Pada penelitian ini target populasinya adalah kosumen yang pernah membeli produk pakaian tiruan dalam 1 tahun terakhir. Karakteristik populasi yang telah ditetapkan adalah konsumen remaja yang berusia 13 tahun keatas (Havighurst dalam Cropley, 1977:99) dan berdomisili Surabaya. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk pakaian tiruan harus secara sadar dan mengetahui bahwa produk pakaian yang dibelinya adalah tiruan. Selain itu juga dengan pertimbangan konsumen dapat memahami dan mengisi kuesioner dengan baik agar memperoleh data yang valid.

Sampel adalah bagian dari populasi dimana karakteristik yang ingin diteliti dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Pada penelitian ini yang menjadi sampel yaitu konsumen yang pernah membeli produk tiruan berbahan kulit.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu teknik *non probability sampling*, dimana teknik sampling ini tidak diketahui jumlah populasinya, serta setiap anggota populasi yang dipilih untuk menjadi sampel dan responden yang dipilih harus memiliki kemampuan untuk memahami kuesioner yang diberikan dengan benar. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan elemen-elemen termudah saja dan pemilihannya tergantung pada peneliti.

Banyaknya sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini menurut Hair *et al.* (2006) yaitu minimal 100 responden atau lebih. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebesar 200 sampel.

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *program* SPSS versi 18 dan Amos versi 21. SPSS versi 18 digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas dari hasil *pre test*. Sedangkan Amos versi 21 digunakan untuk menguji keseluruhan data yang terkumpul. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil antara lain.

H1. Terdapat pengaruh *Counterfeit Proneness* (CFP) terhadap *Counterfeit Purchase Intention* pakaian tiruan di Surabaya

H2. Terdapat pengaruh *Counterfeit Proneness* (CFP) terhadap *Counterfeit Product Evaluation* pakaian tiruan di Surabaya

H3. Terdapat pengaruh *Counterfeit Proneness* (CFP) terhadap *Subjective Norms* pakaian tiruan di Surabaya

H4. Terdapat pengaruh *Subjective Norms* terhadap *Counterfeit Product Evaluation* pakaian tiruan di Surabaya

H5. Tidak terdapat pengaruh *Subjective Norms* terhadap *Counterfeit Purchase Intention* pakaian tiruan di Surabaya

H6. Terdapat pengaruh *Counterfeit Proneness* (CFP) terhadap *Ethical Judgement* pakaian tiruan di Surabaya

H7. Terdapat pengaruh *Ethical Judgement* terhadap *Counterfeit Product Evaluation* pakaian tiruan di Surabaya

H8. Terdapat pengaruh *Ethical Judgement* terhadap *Counterfeit Purchase Intention* pakaian tiruan di Surabaya

H9. Terdapat pengaruh *Counterfeit Product Evaluation* terhadap *Counterfeit Purchase Intention* pakaian tiruan di Surabaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data responden yang diperoleh diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, dengan pendidikan terakhir SMA, berusia 18-30 tahun, berstatus tidak menikah, memiliki pekerjaan mahasiswa/ pelajar, dengan pengeluaran Rp.2.500.000-Rp.5.000.000. Tabel 1 memberikan informasi persentase masing-masing data responden.

Tabel 1. Deskripsi Data Penelitian

Jenis Kelamin	Persentase
Pria	29,5%
Wanita	70,5%
Usia	Persentase
<13 tahun	0%
13-17 tahun	1,5%
18-30 tahun	91%
31-54 tahun	7,5%
>54 tahun	0%
Status	Persentase
Nikah	13,5%
Tidak Nikah	86,5%

Pendidikan Terakhir SMP SMA S1 S2	Persentase 2,5% 60,5% 36% 1%
Pekerjaan Pelajar/Mahasiswa Pegawai Swasta Wiraswasta Pegawai Negeri Sipil Lainnya	Persentase 58,5% 25% 14,5% 0% 2%
Pengeluaran < Rp. 1.000.000 Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000 Rp. 2.500.001 – Rp. 5.000.000 > Rp. 5.000.000	Persebtase 13,5% 53% 30,5% 3%

Uji Kecocokan Model Pengukuran

Tabel 2. Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	CMIN/DF ≤ 3	2.029	<i>Good fit</i>
2	RMSEA	RMSEA $\leq 0,08$	0.072	<i>Good fit</i>
3	GFI	GFI $\geq 0,80$	0.947	<i>Good fit</i>
4	TLI	TLI $\geq 0,90$	0.937	<i>Good fit</i>
5	CFI	CFI $\geq 0,90$	0.858	<i>Marginal fit</i>

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji kecocokan model pengukuran, seluruh nilai *goodness of fit* sudah sesuai dengan ketentuan yang ada sehingga dapat disimpulkan bahwa model cocok.

Tabel 3. Nilai Estimasi dan Signifikansi Hubungan Indikator dan Konstruk

Konstruk Penelitian	Indikator	Nilai <i>Standardized Loading</i> (λ)	Critical Ratio	P-Value
<i>Customer-Perceived Value</i>	PV1	0,831	13,178	***
	PV2	0,835		***
<i>Switching Costs</i>	SC1	0,826	6,579	***
	SC2	0,439	6,579	***
	SC3	0,572		***
<i>Customer Loyalty</i>	CL1	0,795	15,066	***
	CL2	0,827	15,790	***
	CL3	0,811	15,700	***
	CL4	0,828	16,160	***
	CL5	0,763		***
<i>Corporate Image</i>	CI1	0,694	10,050	***
	CI2	0,725	10,236	***
	CI3	0,721	10,301	***
	CI4	0,647	9,607	***
	CI5	0,802	10,941	***
	CI6	0,771	10,736	***
	CI7	0,687	10,272	***
	CI8	0,587		***

Berdasarkan Tabel 3 belum menunjukkan validitas yang baik karena salah satu komponen yaitu nilai *standard loading* pada item variabel *switching costs* indikator SC2 memiliki nilai kurang dari 0,5 yakni sebesar 0,439 sehingga perlu dilakukan penghapusan indikator yang tidak valid. Berikut disajikan nilai *Goodness-of-Fit* dari model pengukuran tanpa menggunakan indikator SC2 pada item variabel *switching costs*.

Tabel 4. Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Tanpa Indikator SC2)

No	Uji Kecocokan	Kriteria Kecocokan	Hasil	Keterangan
1	CMIN/DF	$CMIN/DF \leq 3$	2,425	<i>Good Fit</i>
2	RMSEA	$RMSEA \leq 0,08$	0,065	<i>Good Fit</i>
3	GFI	$GFI \geq 0,80$	0,912	<i>Good Fit</i>
4	TLI	$TLI \geq 0,90$	0,936	<i>Good Fit</i>
5	CFI	$CFI \geq 0,90$	0,947	<i>Good Fit</i>

Berdasarkan Tabel 4 hasil pengujian kecocokan model pengukuran, seluruh nilai *goodness of fit* sudah sesuai dengan ketentuan yang ada sehingga dapat disimpulkan bahwa model cocok.

Tabel 5. Nilai Estimasi dan Signifikansi Hubungan Indikator dan Konstruk

Konstruk Penelitian	Indikator	Nilai <i>Standardized Loading</i> (λ)	Keterangan
<i>Counterfeit Proneness</i>	CFP1	0,854	Valid
	CFP2	0,850	
	CFP3	0,827	
	CFP4	0,757	
	CFP5	0,799	
	CFP6	0,738	
<i>Subjective Norms</i>	SUB1	0,662	Valid
	SUB2	0,839	
	SUB3	0,896	
<i>Ethical Judgements</i>	ETH1	0,797	Valid
	ETH2	0,773	
	ETH3	0,700	
	ETH4	0,830	
<i>Counterfeit Product Evaluation</i>	CPE1	0,801	Valid
	CPE2	0,754	
	CPE3	0,750	
<i>Counterfeit Purchase Intention</i>	CPI1	0,782	Valid
	CPI2	0,857	
	CPI3	0,872	
	CPI4	0,838	

Pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa setiap indikator dari setiap variabel yang diteliti sudah memiliki nilai *standard loading* $\geq 0,5$. Artinya bahwa sudah memenuhi uji validitas yang baik. Selain melihat nilai *standard loading*, validitas juga dapat dilihat melalui nilai AVE (*Average Variance Extracted*) untuk melihat validitas data pervariabelnya, dengan syarat nilai AVE menurut Hair *et al.*(2010) yaitu $\geq 0,5$.

Perhitungan AVE (*Average Variance Extracted*) untuk setiap konstruk penelitian sebagai berikut.

Tabel 6. *Average Variance Extracted* Model Pengukuran

Variabel	$\Sigma \text{std.loading}^2$	Σerror	AVE
<i>Counterfeit Proneness</i>	3,347	1,653	0,558
<i>Subjective Norms</i>	1,945	1,055	0,648
<i>Ethical Judgements</i>	2,412	1,588	0,603
<i>Counterfeit Product Evaluation</i>	1,773	1,227	0,591
<i>Counterfeit Purchase Intention</i>	2,809	1,191	0,702

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan seluruh variabel memiliki *Average Variance Extracted* $\geq 0,5$. Merujuk pada Hair *et al.* (2010), nilai AVE 0,5 atau yang mendekati sudah cukup untuk menunjukkan validitas konvergen per konstruk yang baik.

Dengan demikian, berdasarkan Tabel 5 maupun Tabel 6 dapat ditunjukkan bahwa seluruh indikator dari masing-masing variabel penelitian sudah menunjukkan validitas yang baik secara per indikator maupun per konstruk penelitian, sehingga bisa dilanjutkan pada pemeriksaan reliabilitas.

Construct Reliability (CR) digunakan untuk memeriksa apakah keseluruhan data sudah reliabel. Berikut ditampilkan pengujian reliabilitas dengan menggunakan perhitungan *Construct Reliability*.

Tabel 7. *Construct Reliability Model Pengukuran*

Variabel	(Σ std. loading)	(Σ std. loading) ²	Σ error	CR
<i>Counterfeit Proneness</i>	4,825	23,281	1,653	0,934
<i>Subjective Norms</i>	2,397	5,746	1,055	0,845
<i>Ethical Judgements</i>	3,1	9,61	1,588	0,858
<i>Counterfeit Product Evaluation</i>	2,305	5,313	1,227	0,812
<i>Counterfeit Purchase Intention</i>	3,349	11,215	,191	0,904

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *construct reliability* $\geq 0,70$, batas 0,6-,07 masih diizinkan, sehingga seluruh variabel yang digunakan sudah reliabel. Dengan demikian, uji validitas dan reliabilitas pada model pengukuran sudah dikatakan baik

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang satu dengan variabel yang lain.

Hipotesis	Hubungan antar konstruk	Std. estimate	Critical Ratio	P-value	Keterangan
H1	CFP→CPI	0,375	3,215	0,001	Terdukung
H2	CFP→CPE	0,306	2,038	0,042	Terdukung
H3	CFP→SUB	0,881	11,463	***	Terdukung
H4	SUB→CPE	0,361	2,497	0,013	Terdukung
H5	SUB→CPI	-0,084	-0,710	0,478	Tidak Terdukung
H6	CFP→ETH	0,807	9,778	***	Terdukung
H7	ETH→CPE	0,311	2,856	0,004	Terdukung
H8	ETH→CPI	0,230	2,606	0,009	Terdukung
H9	CPE→CPI	0,506	3,386	***	Terdukung

Tabel 8. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Melalui pengujian hipotesis pada Tabel 8 dapat diketahui bahwa semua hipotesis terdukung kecuali H5 yaitu *subjective norms* berhubungan positif terhadap *counterfeit purchase intention* terbukti tidak signifikan dengan nilai *critical ratio* -0,71.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kesembilan hipotesis yang ada, terdapat satu hipotesis yang tidak terdukung dan delapan hipotesis yang terdukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Subjective Norms* tidak berpengaruh terhadap *Counterfeit Purchase Intention*. Selain itu untuk menjawab *research gap*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *ethical judgement* berpengaruh positif terhadap *counterfeit purchase intention*.

1. Rekomendasi Bagi Perusahaan yang Produknya Dipalsukan

Dari hasil penelitian ini didapat bahwa *ethical judgement* berpengaruh positif terhadap *counterfeit purchase intention* hal ini dikarenakan konsumen Surabaya menganggap membeli pakaian tiruan adalah hal yang benar dan etis sehingga menimbulkan minat untuk membeli pakaian tiruan. Oleh karena itu pemasar dari merek asli dapat gencar melakukan kampanye dan menggunakan iklan yang berisi membeli pakaian tiruan adalah salah dan tidak etis, sehingga hal tersebut akan membuat konsumen merasa bersalah ketika membeli pakaian tiruan tersebut.

Dalam hasil penelitian terdapat pengaruh positif *counterfeit product evaluation* terhadap *counterfeit purchase intention*, dimana *counterfeit product evaluation* menjadi mediasi bagi *counterfeit proneness*, *subjective norms*, dan *ethical judgement*. Oleh karena itu, perusahaan dari merek asli harus membuat produk atau pakaian yang sulit ditiru dan memberikan pembeda, agar pakaian bermerek asli dapat memiliki perbedaan yang signifikan dengan pakaian tiruan dimata konsumen. Perbedaan tersebut akan membuat konsumen menilai pakaian tiruan tidak mirip dengan aslinya dan akan mengurangi niat konsumen untuk membelinya.

Selain itu, di Indonesia sendiri penindakan terhadap pembeli yang menggunakan pakaian tiruan masih sangat lemah. Oleh karena itu perusahaan dapat memberikan hukuman yang dapat menjerahkan pembeli pakaian tiruan, seperti menyita atau menghancurkan produk tiruan tersebut di depan konsumen.

2. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan didalamnya, sehingga dapat membuka peluang bagi penelitian yang akan datang untuk memperbaiki dan mengembangkan penelitian ini. Berikut merupakan rekomendasi untuk penelitian berikutnya.

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas objek penelitian dengan menggunakan beberapa kategori produk seperti tinta, jam tangan, produk

berbahan kulit, *software*, dan lain-lain. Sehingga tidak hanya menggunakan 1 kategori produk saja melainkan langsung beberapa kategori sekaligus.

- b. Cakupan daerah pengambilan sampel hanya berpusat di Surabaya saja. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel yang lebih besar dan dilakukan di kawasan yang lebih luas, sehingga dapat mencakup keseluruhan populasi dan memperoleh hasil yang lebih baik dan lebih akurat.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan *mediation test* agar mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung *counterfeit proneness terhadap counterfeit purchase intention*.

DAFTAR PUSTAKA

Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J., Babin, Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, 2010, *Multivariate Data Analysis 7^h edition*, Pearson Prentice Hall: USA.

<http://finance.detik.com/industri/3192918/industri-barang-kw-dunia-nilainya-rp-6000-triliun> Diunduh pada tanggal 7 November 2016

<http://www.oecd.org/sti/ind/44088872.pdf> Diunduh pada tanggal 7 November 2016

<http://industri.bisnis.com/read/20150225/12/406333/survei-miap-peredaran-produk-palsu-rugikan-negara-rp651-triliun> Diunduh pada tanggal 19 Oktober 2016

<http://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2639468/dampak-peredaran-produk-abal-abal-industri-rugi-rp-3-triliun> Diunduh pada tanggal 1 Desember 2016

<http://www.viva.co.id/prancis2016/read/583898-mendag--40-persen-produk-impor-berkualitas-rendah-dan-palsu> Diunduh pada tanggal 30 November 2016

<https://tirto.id/barang-palsu-membuat-rugi-tapi-juga-menghidupi-89R> Diunduh pada tanggal 24 Oktober 2016

<http://swa.co.id/swa/trends/business-research/karena-barang-palsu-pdb-indonesia-bisa-merugi-rp651-triliun-per-tahun> Diunduh pada tanggal 23 Oktober 2016

<http://finance.detik.com/ekonomi-bisnis/1759427/software-pakaian-dan-produk-kulit-bajakan-banyak-diminati-konsumen> Diunduh pada tanggal 7 November 2016

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/07/16/n8t4jp-tinta-printer-palsu-paling-banyak-beredar> Diunduh pada tanggal 24 Oktober 2016

<http://tekno.kompas.com/read/2013/10/04/1011478/Survei.Pengguna.Printer.HP.Tak.Sadar.Beli.Kartrid.Palsu> Diunduh pada tanggal 24 Oktober 2016