

ABSTRAK

Sepatu – sepatu bermerek yang beredar luas dipasaran industri di Indonesia sekarang ini berasal baik dari luar negeri maupun dalam negeri. Akan tetapi, dengan tingkatan harga yang tinggi, tidak semua orang mampu membeli produk dari brand mewah tersebut, hal ini yang melatar belakangi maraknya produk palsu di Indonesia. Tingginya minat konsumen terhadap brand mewah seringkali berbenturan dengan kemampuan finansial, sehingga bagi individu yang tetap ingin mengasosiasikan dirinya terhadap produk mewah, produk kw menjadi alternatif. Produk yang melanggar merek dagang, pelanggaran hak cipta, peniruan kemasan, label dan merek merupakan bagian dari pemalsuan. Produk palsu atau produk tiruan ataupun yang sering dikenal dengan produk kw di Indonesia kerap menjadi permasalahan yang masih belum dapat diselesaikan secara tuntas. Perlu diketahui istilah produk kw merupakan sebuah istilah yang menunjukkan bahwa barang tersebut adalah barang palsu. Maraknya penjualan dan pembelian akan produk tiruan di Indonesia masih menjadi kasus yang menarik untuk diteliti lebih lanjut maka dari itu penelitian ini perlu dilakukan untuk mengidentifikasi mengapa konsumen di Indonesia masih senang mengkonsumsi produk tiruan dibanding membeli produk aslinya. Padahal masyarakat tau bahwa barang tersebut adalah barang yang ilegal belum lagi kualitas yang rendah. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis minat beli konsumen terhadap produk imitasi sepatu Vans di Indonesia, faktor-faktor yang mendorong minat beli produk imitasi sepatu Vans di Indonesia & faktor-faktor dominan yang mendorong minat beli produk imitasi sepatu Vans di Indonesia.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis faktor. Responden penelitian ini konsumen yang pernah melakukan pembelian produk sepatu imitasi Vans di Indonesia. Sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh menggunakan teknik sampling purposive sampling.

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai faktor minat beli, dapat diperoleh presentase sebesar 69.6%. Dan hasil analisis faktor menunjukkan bahwa dari 12 faktor, terbentuk 3 komponen faktor baru yaitu komponen faktor 1 yang terdiri dari (citra merek, gaya hidup, pengetahuan produk, kualitas produk, *hedonic benefits & economic benefits*). Komponen faktor 2 yang terdiri dari (harga, *religiosity, materialism & past-experince*). Komponen faktor 3 yang terdiri dari (*ethical concern & attitude toward lawfulness*).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor minat beli diperoleh presentase sebesar 69.6%. Hal ini berarti menunjukkan faktor minat beli konsumen yang pernah membeli sepatu imitasi Vans di Indonesia berada pada kategori baik. Faktor-faktor yang mendorong minat beli produk imitasi sepatu Vans di Indonesia adalah harga 71,4%, citra merek 59,7%, gaya hidup 65,3%, pengetahuan produk 64,6%, kualitas produk 59,1%, *religiosity* 64,2%, *ethical concern* 85,5%, *attitude toward lawfulness* 81,5%, *hedonic benefits* 76%, *materialism* 75,2%, *economic benefits* 58,6%, *past-experince* 71%. Dan faktor dominan yang mempengaruhi

minat beli dalam pembelian sepatu imitasi Vans di Indonesia adalah faktor 1 citra merek

Kata Kunci: minat beli, harga, citra merek, gaya hidup, pengetahuan produk, kualitas produk, *religiosity, ethical concern, attitude toward lawfulness, hedonic benefits, materialism, economic benefits, past-experince*