

**PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN FAKTOR
PSIKOGRAFIS TERHADAP MINAT MAHASISWA
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTUK MEMBELI
PRODUK SEPATU IMITASI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



EZRA OBED PURDIYANTA

18.D1.0248

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ezra Obed Purdiyanta

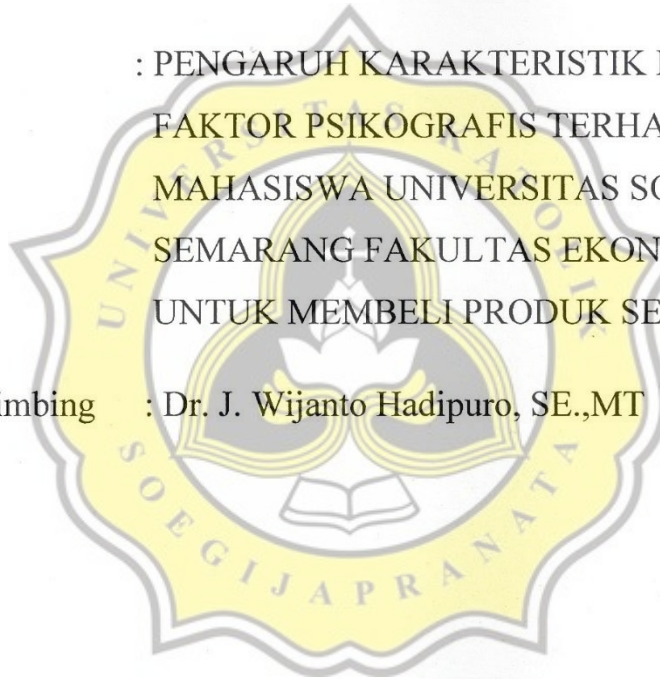
NIM : 18.D1.0248

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN
FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP MINAT
MAHASISWA UNIVERSITAS SOEGIJAPRANATA
SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNTUK MEMBELI PRODUK SEPATU IMITASI

Dosen Pembimbing : Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE.,MT



Semarang, 29 April 2021

Pembimbing

Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE.,MT

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ezra Obed Purdiyanta

NIM : 18.D1.0248

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul

” PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTUK MEMBELI PRODUK SEPATU IMITASI” adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini dianggap tidak benar.

Semarang, 29 Juni 2020

Yang menyatakan,



Ezra Obed Purdiyanta

18.D1.0248

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir : Pengaruh Karakteristik Produk Dan Faktor Psikografis Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untuk Membeli Produk Sepatu Imitasi

Diajukan oleh : Ezra Obed Purdiyanta

NIM : 18.D1.0248

Tanggal disetujui : 25 Maret 2021 Telah setuju oleh

Pembimbing : Dr. J. Wijanto Hadipuro S.E., M.T.

Penguji 1 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Penguji 2 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.

Penguji 3 : Dr. J. Wijanto Hadipuro S.E., M.T.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini. sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0248

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ezra Obed Purdiyanta

Program Studi : Manajemen

Studi Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTUK MEMBELI PRODUK SEPATU IMITASI”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 29 April 2021



Ezra Obed Purdiyanta

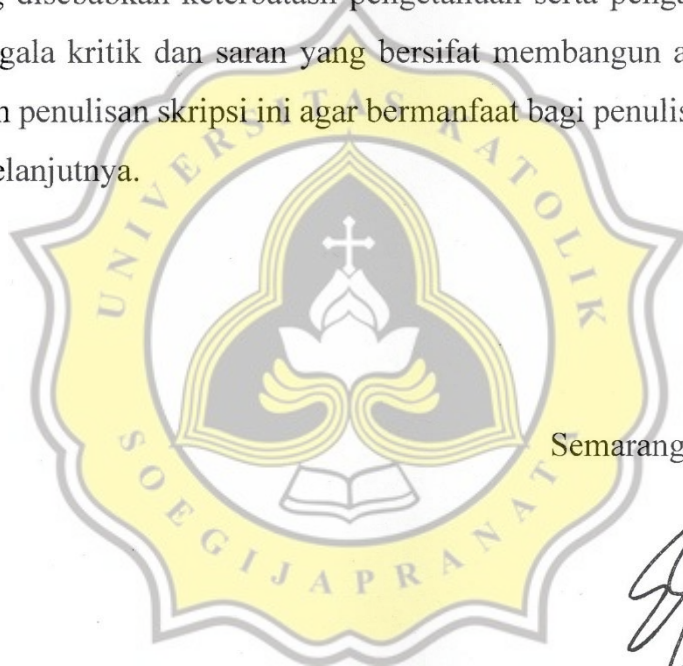
KATA PENGANTAR

Dengan rahmat Tuhan, saya ucapkan rasa syukur yang sangat mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KARAKTERISTIK PRODUK DAN FAKTOR PSIKOGRAFIS TERHADAP MINAT MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTUK MEMBELI PRODUK SEPATU IMITASI”** dengan sangat baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari anugrah yang diberikan Tuhan.
2. Kedua Orang tua dan adik – adik saya yang tercinta Bapak Titus Asen Purdiyanto, Ibu Elvi Natalia,, dan Adik Samuel Kharis Purdiyanta, terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, pengertian, dan dukungan yang terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Kaprogdi S1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak DR. J. Wijanto Hadipuro, SE, MT selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan banyak waktu selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu DR. Retno Yustini W, MSI dan Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu memberikan masukan yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini.

6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat
7. Seluruh teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak, yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Maka dari itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan juga penelitian selanjutnya.



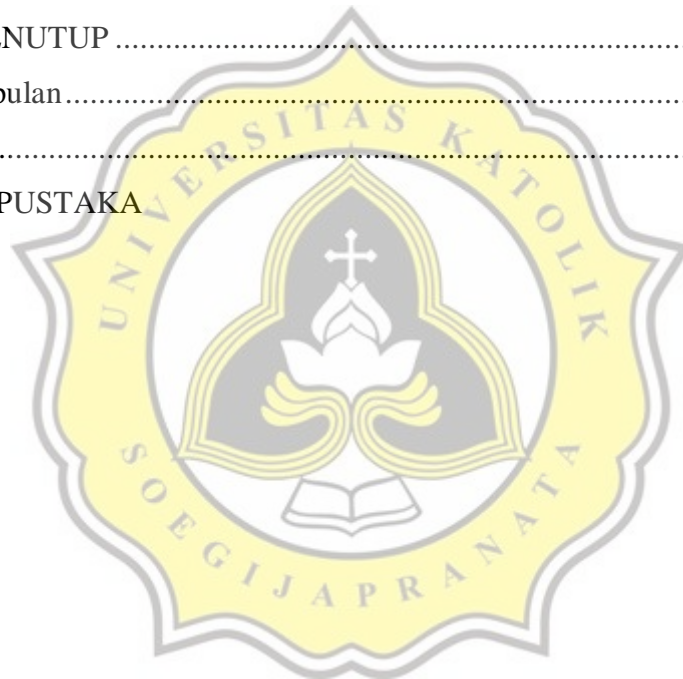
Semarang, 29 April 2021

Ezra Obed Purdiyanta

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Produk Original dan Produk Imitasi	8
2.2 Minat Konsumen untuk Membeli Produk Imitasi	9
2.3 Minat Beli	11
2.4 Karakteristik Produk	13
2.5 Faktor Psikografis	16
2.6 Hipotesis	19
2.7 Penelitian Terdahulu	20
2.8 Definisi Operasional	21
2.9 Kerangka Pikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	31

3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Jenis Data	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Uji Instrumen	32
3.6 Teknik Analisis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Responden	40
4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	42
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	49
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra survei Minat Penggunaan Sepatu Imitasi Mahasiswa FEB Unika Soegijapranata	3
Tabel 1.2 Pra Survei Alasan Minat Penggunaan Sepatu Imitasi Mahasiswa FEB Unika Soegijapranata	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2.2 Variabel, Definisi Konseptual, Definisi Operasional dan Indikator	25
Tabel 3.1 Uji Validitas	33
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Angkatan.....	40
Tabel 4.2 Merk <i>Sneakers</i> Favorit.....	41
Tabel 4.3 Terakhir Kali Membeli Sneakers	41
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Mahasiswa Membeli Produk Sepatu Imitasi	42
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Karakteristik Produk.....	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Faktor Psikografis	46
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian..	48
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.9 Uji F.....	52
Tabel 4.10 Analisis Koefisien Determinasi.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	30
--	----



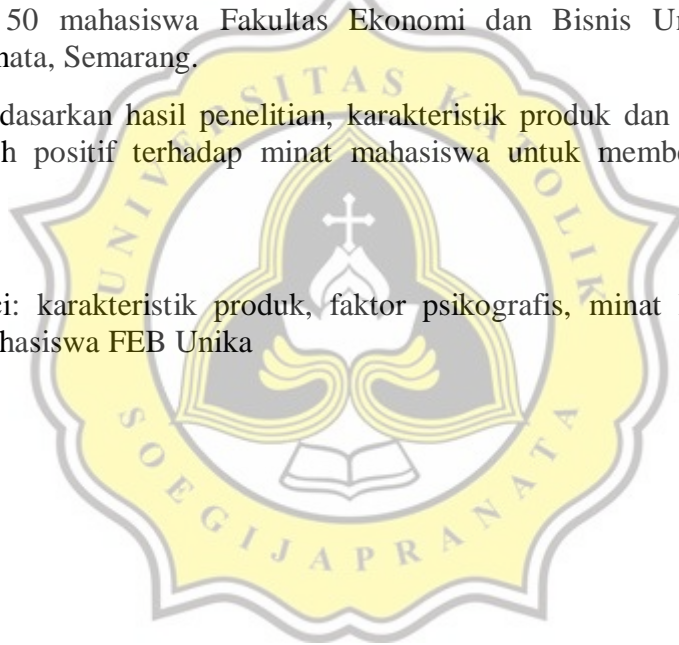
ABSTRAK

Pembelian produk imitasi adalah fenomena perilaku konsumen yang sudah biasa di Indonesia, tidak ada hal yang aneh dalam membeli produk tersebut. Jumlah penduduk Indonesia yang besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk-produk mereka. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh karakteristik produk dan faktor psikografis terhadap minat mahasiswa untuk membeli produk sepatu imitasi.

Teknik analisis yang akan digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang. Sedangkan penentuan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* yaitu pemilihan sampel berjumlah 50 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik produk dan faktor psikografis berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk membeli produk sepatu imitasi.

Kata Kunci: karakteristik produk, faktor psikografis, minat konsumen, sepatu imitasi, mahasiswa FEB Unika



ABSTRACT

The purchase of imitation products is a phenomenon of consumer behavior that is common in Indonesia, there is nothing unusual in buying these products. Indonesia's large population is a very potential market for companies that market their products. The purpose of this study was to determine the effect of product characteristics and psychographic factors on student interest in buying imitation shoe products.

The analysis technique that was be used was the multiple regression analysis method. The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University, Semarang. While the determination of the sample is done by accidental sampling, namely the selection of a sample of 50 students from the Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University, Semarang.

Based on the results of the study, product characteristics and psychographic factors have a positive effect on student interest in buying imitation shoe products..

Keywords: product characteristics, psychographic factors, consumer interest, imitation shoes, students of the Faculty of Economics and Business, Soegijapranata Catholic University, Semarang

