

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Fashion Merek Tiruan pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menyukai produk tas dari berbagai merek ternama dan minat dalam pembelian produk tas merek tiruan. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 150 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah *path analysis*.

Berdasarkan hasil yang dilakukan diperoleh hasil bahwa status konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian pada produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen produk merek tiruan, kesadaran nilai berpengaruh tidak signifikan terhadap minat pembelian pada produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen produk merek tiruan, perbandingan kualitas-harga berpengaruh tidak signifikan terhadap minat pembelian pada produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen produk merek tiruan, pengaruh sosial seseorang berpengaruh tidak signifikan terhadap minat pembelian pada produk *fashion* merek tiruan melalui sikap konsumen produk merek tiruan, sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk *fashion* merek tiruan

Kata kunci: Status Konsumsi, Kesadaran Nilai, Perbandingan Kualitas-Harga, Pengaruh Sosial, Sikap Konsumen

ABSTRACT

Singer study aimed to analyze the review of Factors Influencing Consumer Attitudes and Interests Purchase Brand fashion products Artificial on Yogyakarta Muhammadiyah University student. Subjects Research hearts Singer Was Yogyakarta Muhammadiyah University student Yang liked the product bag from different renowned brands and Interests hearts Product Purchasing Counterfeit Brand bags. In the study sample singer Yang used was 150 respondents selected with using purposive sampling method. The analysis tool used is path analysis.

Based on the results to be obtained results that status consumption is positive and significant effect on the interest in the purchase on fashion products counterfeit brands through consumer attitudes brand products are faux, awareness of the value not significant effect on interest in the purchase on fashion products counterfeit brands through consumer attitudes product counterfeit brands, quality comparison -price not significant effect on the interest in the purchase of counterfeit brands of fashion products through imitation brand product consumer attitudes, social influence someone not significant effect on the interest in the purchase of counterfeit brands of fashion products through imitation brand product consumer attitudes, consumer attitudes positive and significant effect on the interest in the purchase imitation brand fashion products

Keywords: Status Consumption, Awareness Value, comparison of quality-Price, Social Influence, Consumer Attitudes