

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kesadaran harga, inferensi kualitas berdasarkan harga, kecenderungan menghindari risiko terhadap sikap dan niat beli pada barang-barang *gray market*. Sampel penelitian adalah mahasiswa 8 Universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mengetahui perbedaan antara barang-barang *gray market* dengan yang bukan barang-barang *gray market*. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan membagikan kuesioner kepada 160 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* dengan program AMOS 22.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kesadaran harga berpengaruh positif signifikan terhadap sikap. Inferensi kualitas berdasarkan harga berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap. Kecenderungan menghindari risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap. Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli. Kesadaran harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap niat beli. Inferensi kualitas berdasarkan harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat beli. Kecenderungan menghindari risiko tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat beli. Kesadaran harga mempunyai pengaruh secara positif signifikan terhadap niat beli melalui sikap. Inferensi kualitas berdasarkan harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat beli melalui sikap. Kecenderungan menghindari risiko tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat beli melalui sikap.

Kata Kunci: Kesadaran Harga, Inferensi Kualitas berdasarkan Harga, Kecenderungan Menghindari Risiko, Sikap dan Niat Beli

## **ABSTRACT**

*This study aims to to analyze the influence of price consciousness, price-quality inference, risk averseness to attitude and purchase intentions on goods gray market. The study sample are students 8 University in Daerah Istimewa Yogyakarta who know the differences between goods gray market with those who are not goods gray market. The kind of research this is research survey by distributing the questionnaire to 160 respondents determined by using a method of non probability of sampling with a kind of purposive sampling. Instrument analysis using Structural Equation Modeling with the program AMOS 22 .*

*Price consciousness has a significant positive effect on attitude. Price-quality inference has a significant negative effect on attitude. Risk averseness has a significant negative effect on attitude. Attitude have a significant positive effect on purchase intentions. Price consciousness has a significant positive effect on purchase intentions. Price-quality inference has no significant effect on purchase intention. Risk averseness has no significant effect on purchasing intentions. Price consciousness has a significant positive effect on purchase intentions through attitude. Price-quality inference has no significant effect on purchase intentions through attitude. Risk averseness has no significant effect on purchase intentions through attitudes.*

*Keywords: Price Consciousness, Price-Quality Inference, Risk Averseness , Attitude and Purchase Intentions*