



**PENGARUH *FACE CONSCIOUSNESS*, *FASHION INVOLVEMENT*,
DAN *ETHICAL JUDGMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
COUNTERFEIT (PRODUK PALSU)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
ENGLINA KANDIOH
43122010467

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



PENGARUH *FACE CONSCIOUSNESS*, *FASHION INVOLVEMENT*, DAN *ETHICAL JUDGMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION COUNTERFEIT* (PRODUK PALSU)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**ENGLINA KANDIOH
43122010467**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Englina Kandioh

NIM : 43122010467

Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan Plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juni 2026



Englina Kandioh

NIM 43122010467

HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: ENGLINA KANDIOH
NIM	: 43122010467
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH FACE CONSCIOUSNESS, FASHION INVOLVEMENT, DAN ETHICAL JUDGMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION COUNTERFEIT (PRODUK PALSU)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/21/0000001488/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Englina Kandioh
NIM : 43122010467
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH FACE CONSCIOUSNESS, FASHION INVOLVEMENT, DAN ETHICAL JUDGMENT TERHADAP PURCHASE INTENTION COUNTERFEIT (PRODUK PALSU)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 14 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D
NIDN/NUPTK: 0310018306

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266729



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh *Face Consciousness*, *Fashion Involvement*, dan *Ethical Judgment* Terhadap *Purchase Intention Counterfeit* (Produk Palsu)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi S-1 Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Kesabaran dan pengetahuan yang bapak berikan sangat berarti bagi penulis
5. Ibu Dr. Aldina Shiratina, SE., M.Si, selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian, yang telah memberikan ilmu, arahan, serta nasihat-nasihat yang

sangat berharga selama proses perkuliahan, yang turut mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

6. Kedua orang tua tercinta yaitu Mama Asti dan Papa Edwin yang selalu hadir tanpa diminta dan mencintai tanpa syarat. Terima kasih telah menjadi tempat berpulang saat lelah, serta sumber semangat saat dunia terasa berat. Segala yang penulis capai hari ini, tak lepas dari tangan kalian yang selalu siap menopang.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya
8. Sahabat-sahabat terbaik yaitu “Perfect abis”, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan yang tulus, kebersamaan yang solid, dan motivasi yang tiada henti.
9. Teman-teman tercinta, yaitu Diouf, Sari, dan Rachel, yang kehadirannya menjadi penghibur sekaligus penyemangat tersendiri di tengah proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas candaan ringan, obrolan sederhana, serta dukungan tanpa syarat yang telah membantu penulis tetap waras dan semangat di tengah tekanan akademik.

Jakarta, 28 Juni 2026

Englina Kandioh

NIM 43122010467

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Englina Kandiah
NIM : 43122010467
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen S-1
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Face Consciousness*, Fashion Involvement, Dan Ethical Judgment Terhadap Purchase Intention Counterfeit (Produk Palsu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Juli 2026
Yang menyatakan,



Englina Kandiah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Face Consciousness*, *Fashion Involvement*, dan *Ethical Judgment* terhadap *Purchase Intention Counterfeit Product*. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui dan memiliki ketertarikan terhadap produk fashion tiruan (*counterfeit product*). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling melalui metode purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 203 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form sebagai instrumen penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Face Consciousness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention Counterfeit Product*. *Fashion Involvement* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention Counterfeit Product*. Sementara itu, *Ethical Judgment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention Counterfeit Product*.

Kata Kunci: *Face Consciousness*, *Fashion Involvement*, *Ethical Judgment*, *Purchase Intention*, *Counterfeit Product*.

ABSTRACT

his study aims to examine and analyze the influence of Face Consciousness, Fashion Involvement, and Ethical Judgment on Purchase Intention of Counterfeit Products. The object of this study is individuals who are aware of and interested in counterfeit fashion products. This research employs a quantitative approach using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The sample used in this study consisted of 203 respondents. Data were collected through an online survey using a questionnaire distributed via Google Forms as the research instrument. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS) with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The results indicate that Face Consciousness has a positive and significant effect on Purchase Intention of Counterfeit Products. Fashion Involvement also has a positive and significant effect on Purchase Intention of Counterfeit Products. Meanwhile, Ethical Judgment has no significant effect on Purchase Intention of Counterfeit Products.

Keywords: *Face Consciousness, Fashion Involvement, Ethical Judgment, Purchase Intention, Counterfeit Products.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Fashion Adoption Theory	12
2. Counterfeit product	13
3. Purchase Intention	14
4. Face Consciousness	15
5. Fashion Involvement	16
6. Ethical Judgment	18
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis	26
1. Pengaruh Face Consciousness terhadap Purchase Intention	26
2. Pengaruh Fashion Involvement terhadap Purchase Intention	27
3. Pengaruh Ethical Judgment terhadap Purchase Intention	28
D. Kerangka Pemikiran	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi Dan Operasional Variabel	31
a. Definisi Variabel	31
b. Operasional Variabel	34
D. Skala Dan Pengukuran Variabel	36
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	37
a. Populasi	37
b. Sampel	38
F. Metode Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	42
1. Analisis Partial Least Squares (PLS)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Analisis Deskriptif	49
1. Deskripsi Responden	49
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	53
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	54
2. Evaluasi Structural Model (Inner Model)	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
1. Pengaruh Face Consciousness terhadap Purchase Intention (H1)	69
2. Pengaruh Fashion Involvement terhadap Purchase Intention (H2)	70
3. Pengaruh Ethical Judgment terhadap Purchase Intention (H3)	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
A. Simpulan	74
B. Saran	75
1. Saran Praktis	75
2. Saran Akademis	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perilaku dan Sikap Generasi terhadap Produk Palsu di Indonesia	3
Tabel 1.2 Estimasi Nilai Penjualan Produk Palsu per Generasi (Triliun Rupiah)	4
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey	7
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terkait	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Instrumen Skala	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2 Usia Responden	50
Tabel 4.3 Wilayah Tempat Tinggal Responden	50
Tabel 4.4 Jenjang Pendidikan Responden	51
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.6 Pendapatan Responden	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Factor Loading	55
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Composite Reliability	57
Tabel 4.9 Hasil Uji convergent validity	59
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Discriminant Validity HTMT Matrix	60
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Collinearity Statistics	61
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Model Fit	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai R-Square	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Effect Size (f^2)	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai Q Square Predict	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1 Analisis G*Power	40
Gambar 4 1 Hasil Algorithm PLS	55
Gambar 4.2 Hasil Output Bootstrapping	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

81

