

## ABSTRAK

**Tiara Dwi Vidya (2015/15059167)** : Pengaruh *Ethics*, *Brand Image*, dan *Social Influence* terhadap Perilaku Pembelian *Counterfeited Product* dengan Sikap sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

**Dosen Pembimbing** : Yunita Engriani, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *ethics*, *brand image*, dan *social influence* terhadap perilaku pembelian *counterfeited product* dengan sikap sebagai variabel intervening pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang digolongkan pada populasi mahasiswa yang menggunakan produk bajakan atau palsu. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditemukan bahwa *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *attitude* dalam membeli produk palsu sejumlah merek terkenal pada mahasiswa di Universitas Negeri Padang.

**Kata Kunci:** Perilaku Pembelian, *Ethics*, *Brand Image*, *Social Influence*