

ABSTRAK

Pemalsuan atau *counterfeiting* sudah menjadi isu global yang tidak hanya terjadi di negara berkembang, negara maju pun tidak lepas dari isu ini. Khususnya kota Bandung yang termasuk dalam list negara dengan tingkat *counterfeiting* yang tinggi. Sedangkan jam tangan Casio menjadi target utama pemalsuan, karena dapat di gunakan oleh pria dan wanita dan teknologi universalnya.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan sikap konsumen terhadap replika jam tangan Casio dan item-item manakah yang paling dominan, Dengan sampel pengguna replika jam tangan Casio di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling tipe *incidental sampling*. Sedangkan metode yang digunakan adalah analisis faktor.

Penelitian ini menghasilkan lima faktor pendorong pembelian replika jam tangan Casio yang diperoleh melalui analisis faktor. Faktor pertama adalah *value consciousness factor* yang memiliki nilai varians tertinggi, lalu faktor kedua adalah *ethical perception factor*, ketiga adalah *utility factor*, keempat adalah faktor harga dan yang terakhir adalah *social influence factor*. Sedangkan sikap masyarakat di kota Bandung terhadap replika jam tangan Casio terbilang kuat. Kemudian item pendorong yang paling dominan adalah *value conciuseness* dengan persentase skor tertinggi.

Kata Kunci: analsis faktor, produk replika, sikap konsumen