

**MEMAHAMI GAYA HIDUP HEDONIS MELALUI PERILAKU  
KONSUMTIF PADA PRODUK REPLIKA  
(COUNTERFEIT PRODUCT) SEPATU NIKE**

Nama : Mohammad Alif Rohman  
NIM : 1011610051  
Pembimbing : Rosa Rilantiana, S.E., M.M.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses yang melatarbelakangi gaya hidup hedonis melalui perilaku konsumtif pada produk replika sepatu Nike. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 4 informan di Gresik yang masuk dalam kriteria informan remaja berusia 12-24 tahun dan telah melakukan pembelian atau memiliki produk replika sepatu Nike. Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gaya hidup dari menjabarkan hasil wawancara pencarian informasi hingga menuju proses akhir pengambilan keputusan yang akan membentuk gaya hidup hedonis melalui perilaku konsumtif pada produk replika. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mendasari proses gaya hidup hedonis yaitu: fashion, lingkungan, harga, dan gengsi.

**Kata kunci** : Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif, Pendekatan Kualitatif, Produk Replika.

**COMPREHENDING THE HEDONIC LIFESTYLE THROUGH  
CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON NIKE SHOES  
COUNTERFEIT PRODUCT**

*Name* : Mohammad Alif Rohman  
*Student Identity Number* : 1011610051  
*Supervisor* : Rosa Rilantiana, S.E., M.M.

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the processes underlying the hedonic lifestyle through consumptive behavior in counterfeit Nike shoes products. This study used a qualitative approach, with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. This study used a sample of 4 informants in Gresik who were included in the criteria for adolescent informants aged 12-24 years and had purchased or owned Nike shoes counterfeit products. The theoretical basis used in this study is a lifestyle theory, from describing the results of the information-seeking interview to the final decision-making process that will form a hedonic lifestyle through consumptive behavior in replica products. The results of this study indicate that there are factors that underlie the hedonic lifestyle process which is, fashion, environment, price, and prestige.*

**Keywords:** *Hedonic life style, Consumptive behaviour, Qualitative approach, Replica product*