

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Persetujuan	iv
Halaman Berita Acara Ujian	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstrak	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 <i>Theory of Reason Action</i> (TRA)	13
2.2 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	14
2.3 Pembajakan (<i>Piracy</i>)	16
2.3.1 Pembajakan Perangkat Lunak	17
2.4 Etika	19

2.4.1	Etika Bisnis.....	21
2.4.2	Etika Perilaku Konsumen	22
2.4.3	Keputusan Etis Konsumen	23
2.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Etis Konsumen	24
2.5.1	Faktor Personal	25
2.5.1.1	<i>Moral Judgement</i>	25
2.5.1.2	<i>Integrity</i>	26
2.5.2	Faktor Sosial	27
2.5.2.1	<i>Social Influence</i>	28
2.5.2.2	<i>Collectivism</i>	30
2.5.3	Pengaruh Moderasi sebagai Faktor Demografis	31
2.5.3.1	Jenis Kelamin	31
2.5.3.2	Usia	32
2.5.3.3	Penghasilan	33
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	34
2.7	Kerangka Pengembangan Hipotesis	37
2.7.1	Pengaruh <i>Moral Judgement</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen	37
2.7.2	Pengaruh <i>Integrity</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen	38
2.7.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen	39
2.7.4	Pengaruh <i>Collectivism</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen	40
2.7.5	Hipotesis yang Berhubungan dengan Faktor Demografis	40
2.7.5.1	Hipotesis yang berhubungan dengan Jenis Kelamin	41
2.7.5.2	Hipotesis yang berhubungan dengan Usia ...	41
2.7.5.3	Hipotesis yang berhubungan dengan	42

	Penghasilan	
2.8	Kerangka Pemikiran	43
BAB III	METODE PENELITIAN	44
3.1	Desain Penelitian	44
3.2	Populasi dan Sampel	44
	3.2.1 Populasi	45
	3.2.2 Sampel	45
3.3	Teknik Pengambilan Sampel	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.5	Jenis dan Sumber Data	46
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Faktor	46
	3.6.1 <i>Moral Judgement</i>	47
	3.6.2 <i>Integrity</i>	48
	3.6.3 <i>Social Influence</i>	49
	3.6.4 <i>Collectivism</i>	49
	3.6.5 Keputusan Etis Konsumen.....	50
	3.6.6 Jenis Kelamin	51
	3.6.7 Usia	51
	3.6.8 Penghasilan	52
3.7	Teknik Analisis Data	52
	3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif	54
	3.7.2 Teknik Analisis Kuantitatif	54
3.8	Pengujian Kualitas Data	54
	3.8.1 Metode Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
	3.8.1.1 Uji Validitas	55
	3.8.1.2 Uji Reliabilitas	55
	3.8.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
	3.8.2.1 Uji R-Square (R^2)	56
	3.8.2.2 Uji T-Statistik	56
	3.8.2.3 <i>Path Coefficient</i>	57

BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1	Hasil Pengumpulan Data	58
4.2	Deskripsi Responden	59
4.2.1	Jenis Kelamin	59
4.2.2	Usia.....	59
4.2.3	Penghasilan	60
4.3	Evaluasi Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	61
4.3.1	Uji Validitas	61
4.3.2	Uji Reliabilitas	64
4.4	Menilai <i>Inner Model</i> atau Model Struktural Hasil Penelitian	65
4.4.1	Penilaian Model Struktural	65
4.4.2	Keterkaitan Subgrup Path	77
4.5	Pengujian Hipotesis	79
4.5.1	Hubungan <i>Moral Judgement</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	79
4.5.2	Hubungan <i>Integrity</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	80
4.5.3	Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	80
4.5.4	Hubungan <i>Collectivism</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	80
4.5.5	Hubungan Jenis Kelamin terhadap Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	81
4.5.6	Hubungan Usia terhadap Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	81
4.5.7	Hubungan Penghasilan terhadap Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	82
4.6	Diskusi Hasil Penelitian	83
4.6.1	Interpretasi dan Diskusi Hasil Penelitian	83

4.6.1.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	84
4.6.1.1.1	Hipotesis Terkait <i>Moral Judgement</i>	84
4.6.1.1.2	Hipotesis Terkait <i>Integrity</i>	86
4.6.1.1.3	Hipotesis Terkait <i>Social Influence</i>	87
4.6.1.1.4	Hipotesis Terkait <i>Collectivism</i> ...	88
4.6.1.2	Faktor Moderasi dari Keputusan Etis Konsumen dalam Membeli Perangkat Lunak Bajakan	89
4.6.1.2.1	Hipotesis Terkait Pengaruh Jenis Kelamin	89
4.6.1.2.2	Hipotesis Terkait Pengaruh Usia	90
4.6.1.2.3	Hipotesis Terkait Pengaruh Penghasilan	91
BAB V	PENUTUP	93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Implikasi Penelitian	95
5.3	Keterbatasan Penelitian	96
5.4	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	96
5.5	Saran	97
Daftar Pustaka	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perangkat Lunak Bajakan Tingkat Global dan Indonesia.....	4
Tabel 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1	Item Pernyataan Faktor <i>Moral Judgement</i>	48
Tabel 3.2	Item Pernyataan Faktor <i>Integrity</i>	49
Tabel 3.3	Item Pernyataan Faktor <i>Social Influence</i>	49
Tabel 3.4	Item Pernyataan Faktor <i>Collectivism</i>	50
Tabel 3.5	Item Pernyataan Faktor Keputusan Etis Konsumen.....	51
Tabel 4.1	Klasifikasi Pengumpulan Data	58
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	61
Tabel 4.5	<i>Initial Item Loadings</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> dalam Keputusan Etis Konsumen	62
Tabel 4.6	<i>Cross Loading</i>	63
Tabel 4.7	<i>Internal Composite Reliability</i> dan Hubungan Antar Konstruk..	64
Tabel 4.8	R^2 Value untuk Model Keputusan Etis Konsumen	65
Tabel 4.9	Faktor Loading, T-Statistic, <i>Composite Reliability (CR)</i> dan AVE pada setiap kelompok.....	68
Tabel 4.10	Kesimpulan dari Uji Bootstrap Antara Konstruk dalam Setiap Kelompok	76
Tabel 4.11	Hasil Hubungan Antara t-test dengan Kesalahan Terkumpul oleh Subgrup Jenis Kelamin	78
Tabel 4.12	Hasil Hubungan Antara t-test dengan Kesalahan Terkumpul oleh Subgrup Usia	78
Tabel 4.13	Hasil Hubungan Antara t-test dengan Kesalahan Terkumpul oleh Subgrup Penghasilan	79
Tabel 4.14	Ringkasan dari Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Model Penelitian	43
Gambar 4.1	Hasil Uji Bootstrap (n=154)	66
Gambar 4.2	Hasil Keseluruhan Laki-laki (n=78)	69
Gambar 4.3	Hasil Keseluruhan Perempuan (n=76)	70
Gambar 4.4	Hasil Keseluruhan Muda (n=125)	72
Gambar 4.5	Hasil Keseluruhan Tua (n=29)	73
Gambar 4.6	Hasil Keseluruhan Penghasilan Rendah (n=121)	74
Gambar 4.7	Hasil Keseluruhan Penghasilan Tinggi (n=33)	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 2	Rekapitulasi Data Penelitian	115
Lampiran 3	Hasil PLS <i>Moral Judgement, Integrity, Social Influence, Collectivism</i> terhadap Keputusan Etis Konsumen	122
Lampiran 4	Hasil PLS Jenis Kelamin	126
Lampiran 5	Hasil PLS Usia	130
Lampiran 6	Hasil PLS Penghasilan	134

