

BAB V

PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, lalu dilanjutkan dengan implikasi penelitian, dan selanjutnya keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, serta saran yang diberikan oleh peneliti kepada pembaca, peneliti berikutnya yang memakai topik serupa.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti pengaruh keputusan etis konsumen terhadap pembelian perangkat lunak bajakan di Indonesia khususnya Yogyakarta. Sampel penelitian sebanyak 200 orang. Hasil penelitian ini adalah:

1. *Moral judgement* berpengaruh negatif terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan. Hal ini menunjukkan pengaruh yang tidak searah antara *moral judgement* dengan keputusan etis konsumen. Sehingga pada dasarnya, semakin tinggi pengaruh *moral judgement* seseorang, maka hasil tersebut dapat dipergunakan untuk pengambilan keputusan yang pada akhirnya akan memutuskan untuk tidak membeli perangkat lunak bajakan.
2. *Integrity* berpengaruh negatif terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan. Hal ini menunjukkan pengaruh yang tidak searah antara *integrity* dengan keputusan etis konsumen. Sehingga

pada dasarnya, semakin tinggi *integrity* seseorang, maka hasil maka hasil tersebut dapat dipergunakan untuk pengambilan keputusan yang pada akhirnya akan memutuskan untuk tidak membeli perangkat lunak bajakan.

3. *Social Influence* berpengaruh negatif terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan. Hal ini menunjukkan pengaruh tidak searah antara *social influence* dengan keputusan etis konsumen. Sehingga pada dasarnya, semakin tinggi pengaruh *social influence* seseorang, maka hasil tersebut dapat dipergunakan untuk pengambilan keputusan yang pada akhirnya akan memutuskan untuk tidak membeli perangkat lunak bajakan.
4. *Collectivism* berpengaruh positif terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan. Hal ini menunjukkan pengaruh yang searah antara *collectivism* dengan keputusan etis konsumen. Sehingga pada dasarnya, semakin tinggi pengaruh *collectivism* seseorang, maka hasil tersebut dapat dipergunakan untuk pengambilan keputusan yang pada akhirnya akan meningkatkan keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan.
5. Jenis kelamin tidak berpengaruh atas variabel *integrity*, *social influence*, dan *collectivism* terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan. Hanya variabel *moral judgement* yang berpengaruh terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan.

6. Usia tidak berpengaruh terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan. Hal ini menunjukkan pengaruh yang tidak searah antara usia dengan keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan.
7. Penghasilan tidak berpengaruh atas variabel *moral judgement*, *social influence*, dan *collectivism* terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan. Hanya variabel *integrity* yang berpengaruh terhadap keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan.

5.2 Implikasi Penelitian

Sebagai implikasi bagi penelitian berikutnya diharapkan peneliti dapat melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat dan perusahaan yang mengeluarkan perangkat lunak guna mendukung etika dalam membeli suatu produk, khususnya perangkat lunak. Penelitian ini juga mendukung penelitian-penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan dan diharapkan dapat memberikan kesempatan kepada peneliti-peneliti lain untuk membuktikan apakah dalam kerangka penelitian yang sama dapat diaplikasikan diberbagai produk lainnya.
2. Penelitian ini diharapkan akan menambah literatur terutama dalam bidang pengambilan keputusan dalam membeli atau menggunakan suatu produk.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian yang dicapai. Keterbatasan-keterbatasan tersebut adalah:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan etis konsumen dalam membeli perangkat lunak bajakan dibatasi pada variabel *moral judgment*, *integrity*, *social influence*, *collectivism*, jenis kelamin, usia dan penghasilan.
2. Ada beberapa bahasa pada kuesioner yang dirasa kurang dapat dipahami oleh responden sehingga beberapa dari mereka menanyakan langsung kepada peneliti bahkan mengosongkannya.
3. Jumlah responden yang belum secara komprehensif dapat diikutsertakan dalam penelitian ini sehingga hasil belum tercakup secara lebih luas.
4. Hasil penelitian ini hanya menganalisa objek penelitian pada masyarakat di daerah Yogyakarta, karena dapat dimungkinkan bila penelitian dilakukan di daerah lain dapat menghasilkan perbedaan hasil dan kesimpulan.

5.4 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

1. Pada penelitian yang akan datang dengan topik sejenis direkomendasikan untuk dapat dilakukan secara lebih terperinci dan mendalam khususnya mengenai keputusan etis konsumen dan tindak kecurangan itu sendiri.
2. Daerah atau kawasan yang dilibatkan dalam penelitian selanjutnya direkomendasikan agar tidak hanya dalam lingkup satu daerah saja, namun

dalam lingkup yang lebih luas dengan melibatkan beberapa daerah sebagai perbandingan hasil daerah satu dengan daerah lainnya.

5.5 Saran

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan etis konsumen diharapkan dapat diperluas dengan cara menggunakan variabel lain seperti *status consumption, novelty seeking*, latar belakang pendidikan.
2. Penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan teknik analisis kualitatif sehingga dapat mengetahui jawaban responden lebih mendalam melalui wawancara.
3. Bahasa yang digunakan dalam kuesioner lebih diperhatikan dan disederhanakan agar responden lebih mudah memahami dan menjawab.
4. Penambahan jumlah responden dapat dilakukan sehingga penelitian lebih komprehensif.