

**Analisis Dampak Religiusitas Terhadap Niat Melakukan Pembajakan
Produk Digital di Indonesia: Pendekatan Multi Teori**

TESIS



ACC Ujian Pendadaran (04/03/2024)

Arif Hartono, PhD

Dosen Pengampu:

Arif Hartono S.E., M.Ec., Ph.D.

Disusun oleh:

Nama : Dade Irwan Sunardi
Nomor Induk Mahasiswa : 21911011
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

TESIS

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar magister di Program Studi Manajemen Program Magister, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Disusun oleh:

Nama : Dade Irwan Sunardi
Nomor Induk Mahasiswa : 21911011
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 356/Ka.Div/10/Div.PP/III/2024

Bismillahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Dade Irwan Sunardi**
Nomor Mahasiswa : **21911011**
Dosen Pembimbing : **Arif Hartono S.E., M.Ec., Ph.D.**
Program Studi : **Magister Manajemen**
Judul Karya Ilmiah : **Analisis Dampak Religiusitas Terhadap Niat Melakukan Pembajakan Produk Digital di Indonesia: Pendekatan Multi Teori**
Nomor HP : **087843117464**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **11% (sebelas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 6 Maret 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,



Sunardi, S.IP., M.IP.

HALAMAN PENGESAHAN TESIS



Disusun oleh:

Nama : Dade Irwan Sunardi
Nomor Induk Mahasiswa : 21911011
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Februari 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dade Irwan Sunardi

NIM : 21911011

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis berjudul "**Analisis Dampak Religiusitas Terhadap Niat Melakukan Pembajakan Produk Digital di Indonesia: Pendekatan Multi Teori**" merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan dari dosen pembimbing yang sudah ditetapkan oleh Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Tesis ini telah memenuhi persyaratan uji plagiarisme, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar apapun pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil olah data yang disajikan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Yogyakarta, 08 April 2024



Dade Irwan Sunardi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'amin, puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta dengan segala ke-Maha Kuasaan-Nya yang telah memudahkan jalan kami selaku penyusun sehingga karya yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat juga senantiasa tercurahkan untuk bagi Nabi Muhammad Saw.

Persembahan kecil bagi Ibunda dan Ayahanda :

SIR'AINI

dan

MOH. RUBA'I

Atas segala doa yang tiada hentinya, dukungan semangat, nasihat, kesabaran, pengorbanan serta kasih sayang yang tak terhingga. Juga untuk kedua adikku yang sedang berjuang dengan studinya masing-masing, semangat mondoknya.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(QS Al-Baqarah: 286)

*“Siapa yang keluar untuk menuntut ilmu, maka dia berjuang *fisabilillah* hingga dia kembali.”*

(HR. Tirmidzi)

“Pergunjingan adalah puncak kemampuan orang-orang yang lemah”

“Jadilah seperti bunga yang memberikan keharumannya bahkan pada tangan yang menghancurkannya”

Ali Bin Abi Thalib

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis dampak religiusitas terhadap niat melakukan pembajakan produk digital dengan mengintegrasikan pendekatan religiusitas, etika dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk lebih memahami praktik pembajakan produk digital. Penelitian ini dilakukan di Indonesia tanpa dibatasi wilayah geografis tertentu. Adapun objek penelitian yang digunakan adalah *website* maupun *platform* (seperti Bolasiar.com, IndXXI, Spotify, Netflix, Video, Telegram, dan semacamnya). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia dengan berbagai latar belakang agama yang mengakses *website* ataupun *platform* dari berbagai macam sumber untuk mendapatkan produk digital tanpa lisensi yang sah. Data penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan survei online terhadap 200 responden.

Dalam praktiknya, penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* yang akan diaplikasikan pada responden melalui *google form* dan menghasilkan pengujian yang valid dan reliabel, dimana penelitian ini melakukan uji dalam bentuk *pre-test* dengan jumlah responden sebanyak 55 orang. Jenis analisis SEM yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* atau PLS-SEM.

Kata Kunci: Pembajakan Digital, Religiusitas, Teori Etika, Teori Perilaku Terencana, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and analyze the impact of religiosity on the intention to engage in digital product piracy by integrating the approaches of religiosity, ethics, and Theory of Planned Behavior (TPB) to better understand the practice of digital product piracy. This research was conducted in Indonesia without being limited to a particular geographical area. The research objects used are websites and platforms (such as Bolasiar.com, IndXXI, Spotify, Netflix, Video, Telegram, and the like). The population in this study is Indonesian people with various religious backgrounds who access websites or platforms from various sources to obtain digital products without a valid license. The research data is primary data using an online survey of 200 respondents.

In practice, this study uses a convenience sampling technique that will be applied to respondents through the Google form and produces valid and reliable tests, where this study conducts tests in the form of a pre-test with a total of 55 respondents. The type of SEM analysis used in this study is Partial Least Square or PLS-SEM.

Keywords: *Digital Piracy, Religiosity, Ethical Theory, Theory of Planned Behavior (TPB), Indonesia*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil'alamin, puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencukupkan bahkan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga. Hanya karena-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul **Analisis Dampak Religiusitas Terhadap Niat Melakukan Pembajakan Produk Digital di Indonesia: Pendekatan Multi Teori**. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan dan dukungan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D. selaku dosen pembimbing tesis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu dan pelajaran selama proses penyusunan tesis ini. Terima kasih atas kesabaran yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
2. Ibundaku Sir'aini dan Ayahandaku Moh. Ruba'i serta istriku tersayang Melhan Eka Putri M. yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada hentinya.
3. Azhari Juniardi dan Muhamad Zaki selaku adik-adik yang secara tidak langsung selalu mendorong diri ini untuk terus menjadi kakak yang baik sehingga dapat dicontoh keduanya.

4. Sahabat, teman, serta seluruh member mudaprestatif.com maupun mahirdigitalmarketing.com yang telah membantu mengisi dan menyebarluaskan angket penelitian ini sehingga kuota responden terpenuhi dengan cepat dan tentunya memudahkan kami selaku penulis dalam menyusun tesis ini.
5. Teman-teman seperjuangan kelas MM 57A UII yang selalu saling *support* untuk bisa menyelesaikan tugas akhir meskipun sudah tidak satu konsentrasi.
6. Para mentor maupun mitra usaha yang sering meluangkan waktu berdiskusi banyak hal baik secara online maupun offline, termasuk juga dukungan untuk menyelesaikan studi.

Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Penulis memang tidak mampu menyebutkan satu persatu, tetapi Allah maha melihat dan maha mengingat serta Allah sebaik-baik pemberi balahan atas kebaikan kalian semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

Penulis,

Dade Irwan Sunardi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1. Latar Belakang Masalah.....	15
1.2. Rumusan Masalah	24
1.3. Tujuan Penelitian	25
1.4. Manfaat Penelitian	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
2.1. Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis	27
2.1.1. Pembajakan Digital (<i>Digital Piracy</i>)	27
2.1.2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	28
2.1.3. Teori Etika (<i>Ethics Theory</i>).....	34
2.1.1. Teori Religiusitas (<i>Religiosity Theory</i>).....	37
2.2. Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Lokasi Penelitian.....	40
3.2. Populasi dan Sampel	41
3.3. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	43
3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	48

3.5.1. Uji Validitas	49
3.5.2. Uji Reliabilitas	50
3.6. Teknik Analisis Data.....	51
3.6.1. Analisis Deskriptif	51
4.6.2. Analisis Statistik	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Analisis Deskriptif Responden.....	58
4.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	63
4.3. Analisis Data	70
4.3.1. Outer Model	70
4.3.2. Inner Model.....	74
4.3.3 Uji Hipotesis	77
4.4. Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Implikasi Manajerial	89
5.3. Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian	90
Daftar Pustaka	92
Lampiran	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Interpretasi Skala Likert	48
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 3.4 Kriteria Penilaian Responden	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	60
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Digital.....	61
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengakses	62
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tindakan Setelah Akses.....	63
Tabel 4.10 Kriteria Penilaian Responden	64
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas Instrinsik.....	64
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Kewajiban Moral.....	65
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Manfaat yang Dirasakan.....	66
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel Sikap.....	67
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel Efikasi Diri	67
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel Norma Subyektif	68
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Variabel Niat	69
Tabel 4.18 Nilai <i>Convergent Validity</i>	71
Tabel 4.19 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	72
Tabel 4.20 Nilai <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4.21 Nilai Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.22 Nilai <i>RSquare</i>	75
Tabel 4.23 <i>Goodness of Fit</i>	76
Tabel 4.24 Pengujian Hipotesis.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Pengujian Model Pengukuran.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan internet semakin pesat hampir disetiap negara diseluruh dunia, termasuk Indonesia. Per Februari 2022, tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta pengguna, atau sekitar 73,7% dari populasi penduduknya (Kemp, 2022). Pesatnya perkembangan internet ini tentunya sangat memudahkan setiap orang terhubung satu sama lain tanpa terkendala ruang dan waktu, memudahkan pula untuk mengakses berbagai hal yang diperlukan melalui jaringan internet. Akan tetapi, kemudahan ini juga membawa dampak negatif salah satunya adalah ledakan pertumbuhan kejahatan digital, terutama pembajakan materi digital berhak cipta (Petrescu et al., 2018) yang dilakukan oleh oknum tertentu, dan hal ini sudah menjadi masalah dunia yang merusak bisnis kekayaan intelektual (Olivero et al., 2019).

Pembajakan digital dapat didefinisikan sebagai ‘penyalinan/pengunduhan materi digital secara ilegal, seperti perangkat lunak, musik, video, buku audio, dan materi berhak cipta lainnya’ (Arli et al., 2018). Sejalan dengan definisi tersebut, Hashim et al., (2018) juga menyebutkan bahwa pembajakan digital dapat didefinisikan sebagai ‘penyalinan atau penggunaan barang digital berhak cipta secara tidak sah’. Pembajakan digital terjadi saat konsumen dengan sengaja membagikan atau mendapatkan barang digital berhak cipta tanpa membayar (Olivero et al., 2019).

Pelanggaran hak cipta telah merusak bisnis kekayaan intelektual dan telah menjadi masalah dunia dengan beberapa negara Eropa menjadi tuan rumah dengan rasio tertinggi pengguna internet yang terlibat dalam pengunduhan ilegal, misalnya 46% pengguna Internet di Latvia, 22% di Spanyol, 18% di Swedia, 9% di Italia, 8% di Inggris, dan 5% di Amerika Serikat (Olivero et al., 2019). Di Turki, persentase pembajakan film dikalangan pengguna sangat tinggi yakni sekitar 45% (Akbulut & Dönmez, 2018). Di Rusia, sekitar 92% pembaca buku mengunduh buku elektronik secara ilegal dari internet (Hati et al., 2020). Negara-negara berkembang menjadi yang paling dominan sebagai penyumbang kasus pembajakan digital khususnya perangkat lunak, salah satunya yakni di Indonesia ditemukan memiliki penginstalan perangkat lunak bajakan paling tinggi yakni sebesar 84%, lebih tinggi dari rata-rata global (Arlı et al., 2018).

Mengunduh produk bajakan di internet sekarang ini bukanlah hal yang sulit dilakukan, bahkan dapat diselesaikan dalam waktu singkat (Hati et al., 2020). Kecenderungan terjadinya pembajakan digital masih tinggi disebabkan beberapa faktor seperti rendahnya daya beli pelanggan dan lemahnya penegakan hukum (Hati et al., 2020). Selain itu, faktor kuncinya adalah persepsi bahwa pembajakan itu gratis sehingga tidak perlu mengeluarkan uang untuk mengakses konten terkait (Aversa et al., 2019).

Mungkin sebagian orang beranggapan bahwa masalah ini merupakan masalah kecil yang tidak memerlukan perhatian khusus, padahal dampaknya luar biasa signifikan dalam industri kekayaan intelektual. Pembajakan dapat merusak keuntungan perusahaan (De Matos et al., 2017), kerugian finansial dan

penurunan penjualan (Petrescu et al., 2018). Di Amerika Serikat misalnya, pembajakan musik mengakibatkan kerugian ekonomi tahunan yang sangat besar yakni mencapai USD 12 miliar dan setiap tahunnya mengurangi pendapatan pekerja sebesar USD 2,7 miliar (Eisend, 2019). Di Indonesia, pembajakan baik produk tradisional maupun produk format digital banyak terjadi yang berimbas pada kerugian mencapai 5 triliun rupiah perbulan (Wicaksono & Urumsah, 2017). Berdasarkan data yang diterbitkan oleh BSA - The Software Alliance (2016), pada tahun 2015 Indonesia menjadi negara urutan ke-7 di Asia Pasific sebagai penginstal software tidak berlisensi yakni mencapai 84% dan menyebabkan kerugian sekitar USD 1,145 miliar. Selain kerugian dalam hal finansial, maraknya pembajakan digital juga menyebabkan penurunan dalam inovasi, khususnya inovasi inkremental atau inovasi berkelanjutan (Miric & Jeppesen, 2020), sehingga perusahaan atau pihak penyedia produk digital lebih memilih untuk tidak mengembangkan komponen atau fitur yang sudah ada.

Dampak-dampak sebagaimana yang telah dijelaskan diatas tentunya sangat cukup sebagai alasan untuk memperhatikan dan berusaha menemukan solusi terbaik sebagai upaya menghentikan atau meminimalisir kasus-kasus pembajakan digital yang dapat merugikan berbagai pihak terkait. ‘Pembajakan digital adalah perilaku yang saling terkait dan kompleks yang meliputi motivasi, persepsi, keyakinan dan konsekuensi’ (Arlı et al., 2018), dan oleh karenanya Hati et al., (2020) dalam penelitiannya mengintegrasikan teori etika, teori pencegahan, dan teori perilaku terencana untuk menjelaskan terkait dengan

pembajakan digital. Hal yang sama juga telah dilakukan sebelumnya oleh Arli et al. (2018), hanya saja dalam penelitian ini terdapat tambahan teori religiusitas sebagai pelengkapannya.

Kedua penelitian tersebut saling melengkapi satu sama lain, akan tetapi terdapat perbedaan yang cukup fundamental dimana Hati et al., (2020) tidak menggunakan pendekatan religiusitas dan menggunakan variabel norma subyektif, efikasi diri, dan fasilitas yang mendukung dalam teori perilaku terencana, sedangkan Arli et al. (2018) menggunakan pendekatan religiusitas dan menggunakan variabel kontrol perilaku dalam teori perilaku terencana. Adapun dalam penelitian ini, pendekatan yang akan digunakan untuk menjelaskan terkait pembajakan produk digital adalah mengintegrasikan tiga teori yakni teori religiusitas dan teori etika sebagaimana dalam penelitian Arli et al., (2018) serta teori perilaku terencana sebagaimana yang dilakukan Hati et al., (2020) dengan memfokuskan pada variabel sikap, efikasi diri, dan norma subyektif.

Theory of Planned Behavior (TPB) atau teori perilaku terencana menjadi pendekatan teoritis yang paling sering digunakan dalam menyelidiki perilaku pembajakan konsumen secara perorangan (Riekkinen, 2018). Cukup banyak penelitian sebelumnya yang menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* untuk menjelaskan terkait dengan pembajakan digital (Arli et al., 2018; Riekkinen, 2018; Park et al., 2018; Olivero et al., 2019; Hati et al., 2020).

Model TPB ini dikembangkan oleh Ajzen (1991), dijelaskan bahwa sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku adalah tiga hal mendasar yang sangat berpengaruh terhadap niat dan perilaku. Eisend (2019) menyebutkan bahwa niat

merupakan prediktor terbaik perilaku. Hashim et al. (2018) juga menyebutkan demikian, bahwa niat dapat menjadi variabel untuk memprediksi perilaku dalam berbagai skenario. Niat merupakan kehendak perilaku yang didasarkan pada pilihan sadar untuk melakukan sesuatu (Taylor, 2012), dalam hal ini, ‘niat merujuk pada keinginan dan kemungkinan pengguna untuk membajak produk digital’ (Eisend, 2019). Hal ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan positif variabel niat terhadap perilaku pembajakan (Wicaksono & Urumsah, 2017; Eisend, 2019; Choi & Suh, 2022).

Niat dipengaruhi oleh tiga faktor, yakni sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Sikap merupakan perasaan atau pikiran yang menyenangkan ataupun sebaliknya terhadap suatu perilaku (Hati et al., 2020). ‘Sikap konsumen terhadap pembajakan digital mengacu pada penilaian baik atau buruk individu tentang melakukan pembajakan digital’ (Arlı et al., 2018). Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara sikap terhadap niat melakukan pembajakan digital (Petrescu et al., 2018; Eisend, 2019; Uzun & Kilis, 2019), yang dapat diartikan bahwa individu yang mempunyai sikap positif terhadap pembajakan digital cenderung berniat melakukan pembajakan (Arlı et al., 2018).

Selain sikap, efikasi diri juga menjadi bagian dalam *Theory of Planned Behavior (TPB)* (Hati et al., 2020). Walaupun Ajzen (1991) menyebutkan bahwa tiga hal yang mempengaruhi niat dan perilaku adalah sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku, namun Ajzen (2002) juga menyebutkan bahwa

kontrol perilaku dapat dinilai dengan *self efficacy* atau efikasi diri. Efikasi diri dapat dianggap sebagai salah satu representasi dari persepsi kontrol perilaku seseorang (Bandura, 1982; Yoon, 2011) dan berfungsi sebagai penentu seseorang melakukan suatu tindakan kriminal (Hati et al., 2020). Efikasi diri sangat berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk terlibat dalam pembajakan (Zhang et al., 2009). Semakin tinggi efikasi diri seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan orang tersebut mengambil resiko, yang berarti bahwa individu dengan efikasi diri yang lebih tinggi cenderung terlibat dalam perilaku berbahaya (Hati et al., 2020), termasuk salah satunya adalah keterlibatan dalam melakukan pembajakan.

Selain sikap dan efikasi diri, norma subyektif juga menjadi salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi niat perilaku individu (Hati et al., 2020). Dalam penelitiannya, Ajzen (1991) menyebutkan bahwa norma subyektif merupakan suatu bentuk tekanan sosial terhadap individu untuk terlibat atau menghindari perilaku tertentu. ‘Norma subyektif dikembangkan berdasarkan pengaruh orang-orang di sekitar individu seperti keluarga, teman, dan kolega’ (Hati et al., 2020). Jika seseorang bergaul dengan orang-orang yang terlibat dalam pembajakan digital, ia akan terpengaruh untuk berpartisipasi dalam berbagai jenis pembajakan (Marcum et al., 2011; Yang & Wang, 2015). Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan digital (Petrescu et al., 2018; Eisend, 2019; Hati et al., 2020; Choi & Suh, 2022).

Pembajakan digital juga erat kaitannya dengan aspek etis (Park et al., 2018). Gopal dan Sanders (1998) menyebutkan bahwa etika seorang individu berdampak pada kemungkinan individu tersebut untuk menggunakan produk bajakan. Beberapa penelitian sebelumnya juga menggunakan pendekatan etika untuk menjelaskan niat seseorang untuk melakukan pembajakan digital (Arlı et al., 2018; Park et al., 2018; Hati et al., 2020; Koay et al., 2020), yang mana teori etika ini terdiri dari dua variabel yakni kewajiban moral (*moral obligation*) dan manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*).

Menurut Yoon (2011), kewajiban moral (*moral obligation*) dapat didefinisikan sebagai perasaan bersalah atau kewajiban pribadi untuk melakukan ataupun menghindari perilaku tertentu. ‘Semakin tinggi tingkat penilaian moral atau perasaan bersalah terkait pembajakan digital, atau semakin rendah kewajiban yang dirasakan untuk melakukan pembajakan digital, semakin negatif sikap terhadap pembajakan digital dan semakin sedikit persetujuan atas perilaku tersebut’ (Arlı et al., 2018). Dalam literatur lain juga disebutkan bahwa semakin tinggi rasa bersalah yang seseorang terhadap perilaku pembajakan digital, maka semakin akan rendah pula komitmennya untuk terlibat dalam pembajakan digital (Cronan & Al-Rafee, 2008). Artinya bahwa kewajiban moral seseorang dapat menekan keterlibatan orang tersebut untuk melakukan pembajakan digital, sebagaimana temuan pada penelitian sebelumnya bahwa kewajiban moral berpengaruh negatif terhadap sikap seseorang untuk melakukan pembajakan digital (Eisend, 2016; Arlı et al., 2018; Hati et al., 2020).

Selain kewajiban moral (*moral obligation*), manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) juga menjadi bagian dalam pendekatan etis untuk menjelaskan pembajakan digital (Koay et al., 2020). Manfaat yang dirasakan dalam hal ini mengacu pada keyakinan tentang efek positif melakukan pembajakan digital (Yoon, 2011), misalnya seperti kemudahan, hemat waktu dan hemat biaya (Arlı et al., 2018). Semakin besar manfaat yang dirasakan seseorang terkait pembajakan, semakin besar pula potensi keterlibatannya untuk melakukan pembajakan (Hati et al., 2020). Beberapa studi sebelumnya menemukan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap untuk melakukan pembajakan (Yoon, 2011; Arlı et al., 2018; Hati et al., 2020).

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduknya mempunyai kepercayaan dan tentunya masing-masing kepercayaan mengajarkan nilai-nilai kebaikan. Menurut laporan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia (Burhani et al., 2020), Indonesia menjadi negara peringkat pertama bersama Filipina dengan penduduk terbesar yang mengaitkan kepercayaan kepada Tuhan dengan moralitas. Hasil pengukuran Indeks Kesalehan Sosial (IKS) dimensi etika dan budi pekerti, 88,1% penduduk Indonesia mempunyai etika dan budi pekerti yang baik (Burhani et al., 2020).

Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia tergolong religius. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa konsumen yang religius kurang menerima perilaku pembajakan digital (Arlı et al., 2017). Dalam penelitiannya, Arlı et al. (2018) menyebutkan bahwa agama merupakan elemen utama untuk mencegah perilaku pembajakan digital. Akan tetapi di Indonesia,

tingkat pembajakan digital sangat tinggi (Arli et al., 2018), bahkan menjadi negara urutan ke-7 di Asia Pasifik sebagai penginstal software tidak berlisensi dan menyebabkan kerugian sekitar USD 1,145 miliar (BSA - The Software Alliance, 2016). Menariknya, 93% orang Indonesia menyatakan bahwa agama menjadi bagian yang tidak terpisah dari kehidupan sehari-hari (Koay et al., 2020), sehingga Indonesia sangat cocok sebagai konteks untuk meneliti peran religiusitas untuk meminimalisir niat konsumen melakukan pembajakan produk digital.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk yang tergolong religius, beretika dan berbudi pekerti yang baik (Burhani et al., 2020) yang seharusnya kondisi ini bisa meminimalisir tindakan pembajakan digital, sebab tingkat religiusitas (Arli et al., 2017) dan etika individu (Gopal & Sanders, 1998) dapat meminimalisir individu tersebut untuk terlibat dalam pembajakan digital, karena tindakan tersebut termasuk tindak kejahatan digital (Petrescu et al., 2018) yang dapat merugikan berbagai pihak. Oleh karenanya, penelitian ini bermaksud untuk mencoba menyelidiki dampak religiusitas dan etika individu terhadap niat melakukan pembajakan digital dengan mengintegrasikan teori religiusitas (*religiosity theory*), teori etika (*ethics theory*) dan teori perilaku terencana (*theory of planned behaviour/TPB*).

Penelitian sebelumnya yang menggunakan ketiga pendekatan ini adalah (Arli et al., 2018) dengan sikap dan kontrol perilaku sebagai prediktor niat dalam teori perilaku terencana. Penelitian lain yang hampir serupa adalah Hati et al. (2020) dengan *e-textbook* sebagai objeknya, menggunakan variabel sikap,

norma subyektif, efikasi diri dan fasilitas yang mendukung sebagai prediktor niat dalam teori perilaku terencana. Hati et al. (2020) tidak menggunakan pendekatan religiusitas dalam penelitiannya, akan tetapi menyarankan untuk menambahkan pendekatan religiusitas untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini mencoba untuk mengkombinasikan kedua penelitian sebelumnya yakni mengintegrasikan teori religiusitas, teori etika (kewajiban moral dan manfaat yang dirasakan) dan teori perilaku terencana (sikap, efikasi diri, dan norma subyektif) untuk menjelaskan niat individu melakukan pembajakan produk digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Apakah religiusitas intrinsik berpengaruh terhadap kewajiban moral melakukan pembajakan produk digital?
2. Apakah religiusitas intrinsik berpengaruh terhadap manfaat yang dirasakan jika melakukan pembajakan produk digital?
3. Apakah kewajiban moral berpengaruh terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital?
4. Apakah manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital?
5. Apakah sikap berpengaruh terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital?

6. Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital?
7. Apakah norma subyektif berpengaruh terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, tujuan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas intrinsik terhadap kewajiban moral melakukan pembajakan produk digital
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh religiusitas intrinsik terhadap manfaat yang dirasakan jika melakukan pembajakan produk digital
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kewajiban moral terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sikap terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh norma subyektif terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang bermanfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur tambahan dan dapat berkontribusi dalam memperluas pemahaman tentang dampak pembajakan produk digital, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia dan negara berkembang lainnya. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengayaan literatur guna memperluas pengetahuan tentang apa yang mendorong terjadinya pembajakan produk digital, secara khusus kontribusi teoritis dari pengaruh religiusitas, kewajiban moral, manfaat yang dirasakan, sikap, efikasi diri, dan norma subyektif dalam menjelaskan niat melakukan pembajakan produk digital.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengambilan keputusan oleh para manajer perusahaan terkait masalah pembajakan produk digital, khususnya di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu landasan dalam merumuskan strategi guna mencapai kinerja pemasaran yang lebih efektif dan efisien serta menjadi salah satu acuan dalam merumuskan strategi terkait penanganan ataupun pencegahan pembajakan terhadap segala bentuk produk digital.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis

2.1.1 Pembajakan Digital (*Digital Piracy*)

Pembajakan digital merupakan tindakan menyalin atau mengunduh materi digital secara ilegal, misalnya seperti perangkat lunak, musik, video, buku audio, dan berbagai materi berhak cipta lainnya (Arlı et al., 2018). Pembajakan digital juga dapat didefinisikan sebagai tindakan mengkonsumsi salinan ilegal layanan digital (Taylor, 2012). Mirip dengan kedua pendapat tersebut, Eisend (2019) menyebutkan bahwa ‘pembajakan digital mengacu pada penyalinan, pengunduhan, atau pembelian file berhak cipta tanpa izin eksplisit dari pemegang hak cipta.’

Kecenderungan terjadinya pembajakan digital ini disebabkan beberapa faktor seperti rendahnya daya beli pelanggan dan lemahnya penegakan hukum (Hati et al., 2020). Selain itu, faktor kuncinya adalah persepsi bahwa pembajakan itu gratis sehingga tidak perlu mengeluarkan uang untuk mengakses konten terkait (Aversa et al., 2019). Pembajakan dapat merusak keuntungan perusahaan (De Matos et al., 2017), kerugian finansial hingga penurunan penjualan (Petrescu et al., 2018). Selain itu, juga dapat menyebabkan penurunan inovasi, khususnya inovasi inkremental atau inovasi berkelanjutan (Miric & Jeppesen, 2020), sehingga perusahaan cenderung enggan

mengembangkan komponen atau fitur yang sudah ada pada produknya. Kerugian besar akibat pembajakan digital ini terjadi diberbagai negara, sehingga tindakan ini telah menjadi masalah dunia yang merusak bisnis kekayaan intelektual (Olivero et al., 2019).

Pembajakan digital telah menjadi salah satu topik penting yang banyak diteliti sebelumnya, sehingga membentuk banyak pendekatan, mulai dari pendekatan religiusitas, teori etika, teori pencegahan, hingga dengan teori perilaku terencana (Arlı et al., 2018; Hati et al., 2020; Koay et al., 2020) dengan berbagai perbedaan masing-masing, baik dari objek penelitian ataupun pemilihan variabel prediktor dalam setiap teorinya untuk menjelaskan niat individu dalam melakukan pembajakan produk digital sehingga dapat diformulasikan cara atau strategi untuk mencegah dan meminimalisir terjadinya pembajakan produk digital.

2.1.2 Teori Religiusitas (*Religiosity Theory*)

Religiusitas merupakan faktor yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari sebagian besar orang, sebab religiusitas mempengaruhi cara seseorang berpikir, merasa, dan berperilaku etis (Arlı & Tjiptono, 2013). Religiusitas didefinisikan sebagai ‘sejauh mana kepercayaan pada nilai-nilai dan cita-cita agama tertentu dipegang dan dipraktikkan oleh seorang individu’ (Koay et al., 2020). Agama dapat menjadi pondasi moralitas seseorang (Fawcett et al., 2013) yang dapat menjadi faktor pencegah seseorang untuk melakukan tindakan kriminal dan tidak etis (Koay et al., 2020).

Menurut Arli et al. (2018), religiusitas terdiri dari dua dimensi utama yaitu religiusitas intrinsik dan religiusitas ekstrinsik. ‘Orang yang berorientasi intrinsik menganggap Tuhan sebagai tujuan akhir itu sendiri, sebaliknya individu yang berorientasi ekstrinsik menganggap agama sebagai alat untuk membantu seseorang mencapai sesuatu selain Tuhan (misalnya, teman, status sosial)’ (Arli et al., 2018). Individu yang tingkat religiusitas intrinsiknya tinggi lebih cenderung menjalani kehidupan sehari-harinya sebagaimana ajaran agamanya, sehingga ‘semakin tinggi religiusitas intrinsiknya, semakin rendah kemauan untuk berperilaku tidak etis’ (Koay et al., 2020). Religiusitas intrinsik merupakan ‘prediktor perilaku etis/tidak etis konsumen yang lebih baik daripada religiusitas ekstrinsik’ (Arli et al., 2018). Religiusitas intrinsik ditemukan berdampak negatif terhadap perilaku tidak etis, sedangkan religiusitas ekstrinsik ditemukan memiliki efek terbatas dan dalam beberapa kasus ditemukan tidak berpengaruh (Arli et al., 2018), sebab itulah penelitian ini lebih difokuskan pada religiusitas intrinsik.

Casidy et al. (2016) menyebutkan bahwa orang yang sangat religius cenderung tidak ingin terlibat dalam perilaku tidak etis dan melihat materi ilegal di internet. Individu dengan tingkat religiusitas intrinsik yang tinggi akan lebih sadar secara etis terkait berbagai macam masalah etika termasuk pembajakan digital (Arli et al., 2017). Koay et al., (2020) menyebutkan bahwa ‘diduga dampak religiusitas tidak secara langsung mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan pembajakan digital.’

Arli et al. (2018) juga menemukan bahwa terdapat efek positif yang signifikan dari religiusitas terhadap kewajiban moral serta efek negatif yang signifikan terhadap manfaat yang dirasakan dari pembajakan digital. Nilai-nilai agama yang diyakini seseorang dapat menjadi standar moralitas yang tinggi, sehingga cenderung menghindari perilaku tidak etis termasuk melakukan pembajakan, sebab hal tersebut diyakini sebagai salah satu tindakan berdosa (Casidy et al., 2016).

Oleh karenanya, kami berhipotesis sebagai berikut:

H1: Religiusitas intrinsik berpengaruh positif terhadap kewajiban moral

H2: Religiusitas intrinsik berpengaruh negatif terhadap manfaat yang dirasakan

2.1.3 Teori Etika (*Ethics Theory*)

‘Pembajakan adalah perilaku yang melanggar aturan etika karena melanggar hukum’ (Hati et al., 2020). Pembajakan digital dianggap sebagai tindakan ilegal dan termasuk perilaku yang melanggar etika (Yoon, 2011), oleh karenanya sejumlah penelitian menggunakan model pengambilan keputusan etis sebagai salah satu model dasar dalam penelitiannya (Arli & Tjiptono, 2016; Arli et al., 2018; Hati et al., 2020; Koay et al., 2020). ‘Teori ini mengusulkan bahwa individu membentuk evaluasi etis mereka terhadap perilaku tertentu berdasarkan motivasi dibalik tindakan dan konsekuensi dari perilaku (Koay et al., 2020). Dua hal yang menjadi representasi dari teori ini adalah kewajiban moral dan

manfaat yang dirasakan (Yoon, 2011; Arli & Tjiptono, 2016; Koay et al., 2020).

2.1.3.1 Kewajiban Moral (*Moral Obligation*) dan Sikap terhadap Pembajakan Produk Digital (*Attitude toward Digital Piracy Product*)

Kewajiban moral dapat didefinisikan sebagai perasaan bersalah atau kewajiban pribadi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu (Cronan & Al-Rafee, 2008; Yoon, 2011). Hal yang sama juga disebutkan oleh Uzun dan Kilis (2019) bahwa ‘kewajiban moral menyiratkan perasaan bersalah atau kewajiban seseorang terhadap prinsip-prinsip moral yang berkaitan dengan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.’

Dalam kaitannya dengan perilaku pembajakan, bahwa semakin besar rasa bersalah yang dirasakan seseorang terhadap perilaku pembajakan digital, maka akan semakin rendah pula kecenderungannya untuk terlibat (Hati et al., 2020). Studi sebelumnya telah menemukan bahwa konsumen dengan nilai moral yang ketat cenderung lebih menentang berbagai perilaku tidak etis, termasuk tindakan pembajakan (Arli et al., 2018). Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa kewajiban moral berpengaruh negatif terhadap sikap seseorang untuk melakukan pembajakan

produk digital (Yoon, 2011; Arli & Tjiptono, 2016; Hati et al., 2020).

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kewajiban moral berpengaruh negatif terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital

2.1.3.2 Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Benefits*) dan Sikap terhadap Pembajakan Produk Digital (*Attitude toward Digital Piracy Product*)

‘Sikap merupakan fungsi dari keyakinan bahwa tingkah laku tertentu akan memperoleh hasil tertentu’ (Hati et al., 2020). Suatu tindakan tertentu yang dilakukan oleh seseorang tentunya mempunyai konsekuensi, baik itu positif ataupun negatif (Koay et al., 2020). Manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini mengacu pada ‘keyakinan tentang konsekuensi positif melakukan pembajakan digital’ (Yoon, 2011). Misalnya seperti kemudahan, penghematan waktu dan biaya yang cenderung dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembajakan (Arli et al., 2018; Koay et al., 2020). Manfaat positif tersebut dapat memotivasi individu maupun kelompok untuk terus melakukan perilaku tersebut (Vida et al., 2012).

‘Manfaat potensial tersebut memengaruhi sikap konsumen terhadap pembajakan digital’ (Arli & Tjiptono, 2016). Semakin banyak konsumen melihat manfaat dari melakukan

pembajakan digital, semakin besar pula kemungkinan mereka memiliki sikap positif terhadap pembajakan digital (Yoon, 2011). Hasil studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara manfaat yang dirasakan dengan sikap konsumen terhadap pembajakan digital (Arli & Tjiptono, 2016; Yoon, 2011).

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital

2.1.4 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) atau teori perilaku terencana merupakan pendekatan teoritis yang paling sering digunakan untuk mengkaji terkait dengan pembajakan individu konsumen (Riekkinen, 2018). Banyak penelitian sebelumnya merekomendasikan TPB sebagai kerangka ideal untuk menjelaskan terkait pembajakan digital (Arli et al., 2018; Olivero et al., 2019; Hati et al., 2020). Dalam satu dekade terakhir, model TPB berhasil diadopsi untuk menjelaskan niat terkait pembelian online dan akses online ke berbagai produk/layanan berbasis digital (Sardanelli et al., 2019). Niat merupakan kehendak perilaku yang didasarkan pada pilihan sadar untuk melakukan sesuatu (Taylor, 2012), dalam hal ini, 'niat merujuk pada keinginan dan kemungkinan pengguna untuk membajak produk digital' (Eisend, 2019).

Theory of Planned Behaviour (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1991), menurut teori ini, sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan merupakan prediktor yang dapat menjelaskan niat, dan niat menjelaskan perilaku yang disengaja. ‘Prediktor utama perilaku adalah niat untuk terlibat dalam perilaku tersebut’ (Hashim et al., 2018). Begitu juga dengan (Koay et al., 2020) yang menyebutkan bahwa ‘niat individu merupakan cerminan akurat dari perilakunya di masa depan.’ Jika individu sudah berniat melakukan suatu tindakan, dalam hal ini adalah pembajakan produk digital, maka konversi dari niat menjadi perilaku actual sangatlah tinggi. TPB telah digunakan secara luas untuk mempelajari niat dan memprediksi perilaku dalam berbagai skenario (Hashim et al., 2018) untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen terlibat dalam pembajakan digital (Cronan & Al-Rafee, 2008; Yoon, 2011).

2.1.4.1 Sikap (*Attitude*) dan Niat Pembajakan Produk Digital (*Intention toward Digital Piracy Product*)

Sikap dalam hal ini mengacu pada ‘bagaimana pengguna mengevaluasi pembajakan digital dan produk bajakan, sementara niat merujuk pada keinginan dan kemungkinan pengguna untuk membajak produk digital’ (Eisend, 2019). Dalam literatur lain juga disebutkan bahwa sikap konsumen terhadap pembajakan digital mengacu pada penilaian baik atau

buruk individu terhadap tindakan pembajakan digital. (Arli et al., 2018).

Dalam platform online, sikap berperan penting dalam situasi pengambilan keputusan etis terkait dengan niat untuk melakukan suatu tindakan di dunia maya yang melibatkan privasi dan kepemilikan (Petrescu et al., 2018). ‘Sikap adalah faktor penting dalam studi pengambilan keputusan etis. Individu memutuskan apa yang etis atau tidak berdasarkan keyakinan dan sikap mereka’ (Uzun & Kilis, 2020). Dalam konteks pembajakan digital, sikap individu berpengaruh signifikan terhadap niat etis untuk melakukan pembajakan (Petrescu et al., 2018).

Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara sikap terhadap niat melakukan pembajakan digital (Petrescu et al., 2018; Eisend, 2019; Uzun & Kilis, 2019), yang dapat diartikan bahwa individu yang mempunyai sikap positif terhadap pembajakan digital cenderung berniat melakukan pembajakan (Arli et al., 2018).

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H5: Sikap berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital

2.1.4.2 Efikasi Diri (*Self Efficacy*) dan Niat Pembajakan Produk Digital (*Intention toward Digital Piracy Product*)

Dalam *Theory of Planned Behavior (TPB)*, ada tiga hal yang mempengaruhi niat dan perilaku individu, salah satunya adalah kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Dalam literatur lain, disebutkan bahwa kontrol perilaku dapat dinilai dengan *self efficacy* atau efikasi diri (Ajzen, 2002). Efikasi diri dapat dianggap sebagai salah satu representasi dari persepsi kontrol perilaku seseorang (Bandura, 1982; Yoon, 2011). Akan tetapi, efikasi diri berbeda dengan kontrol perilaku. Efikasi diri merupakan ‘kepercayaan pada kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksanakan rangkaian tindakan yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat pencapaian tertentu’ (Bandura, 1998), sementara kontrol perilaku ‘menggambarkan keyakinan individu tentang seberapa mudah atau sulitnya melakukan suatu perilaku (yaitu, seberapa banyak perilaku tersebut berada dibawah kendali)’ (Arlı & Tjiptono, 2016).

‘*Self-efficacy* mempengaruhi pilihan yang dibuat orang, cara mereka bertindak, usaha yang mereka keluarkan, ketekunan dan elastisitas mereka’ sehingga sangat membantu individu untuk memutuskan seberapa besar usaha yang harus dilakukan untuk suatu hal, seberapa lama akan bertahan jika mengalami kesulitan, dan seberapa kuat untuk menghadapi kerugian (Van

Dinther et al., 2011). *Self efficacy* atau efikasi difokuskan pada kemampuan untuk melakukan suatu tindakan tertentu (Ajzen, 2002) dan dapat menjadi penentu seseorang melakukan suatu tindakan kriminal (Hati et al., 2020).

Efikasi diri sangat berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk terlibat dalam pembajakan (Zhang et al., 2009). Semakin tinggi efikasi diri seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan orang tersebut mengambil resiko, yang berarti bahwa individu dengan efikasi diri yang lebih tinggi cenderung terlibat dalam perilaku berbahaya (Hati et al., 2020), termasuk salah satunya adalah keterlibatan dalam melakukan pembajakan. Dalam penelitiannya, Hati et al. (2020) menemukan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan.

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H6: Self efficacy berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital

2.1.4.3 Norma Subyektif (*Subjective Norm*) dan Niat Pembajakan Produk Digital (*Intention toward Digital Piracy Product*)

Konsumen yang menganggap orang lain menyikapi positif pembajakan online akan membuatnya lebih cenderung menjadi pelaku, sebab sikap dan pendapat orang lain di jejaring sosial misalnya, dapat memengaruhi sikap konsumen

untuk membeli atau mengakses produk bajakan. ‘Pandangan dan pendapat orang lain ini berfungsi sebagai norma subyektif’ (Petrescu et al., 2018).

Norma subyektif merupakan suatu bentuk tekanan sosial terhadap individu untuk terlibat atau menghindari perilaku tertentu (Ajzen, 1991). ‘Norma subyektif dikembangkan berdasarkan pengaruh orang-orang di sekitar individu seperti keluarga, teman, dan kolega’ (Hati et al., 2020). Persetujuan teman sebaya terhadap tindakan mengunduh sembarangan pada anak muda besar pengaruhnya dan dapat berdampak kuat pada niat. (Olivero et al., 2019). Jika seseorang percaya bahwa orang yang dianggapnya berpengaruh bagi dirinya memiliki persepsi positif terhadap pembajakan perangkat digital, mereka akan cenderung terlibat juga, karena ini tentu akan dilihat sebagai persetujuan atas perilaku tersebut (Petrescu et al., 2018).

Norma subyektif merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi niat individu (Hati et al., 2020). Temuan sebelumnya menunjukkan bahwa orang yang bergaul dengan rekan-rekan melakukan pembajakan digital cenderung akan terlibat pula dalam berbagai jenis pembajakan (Lee et al., 2018). Beberapa penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara norma subyektif

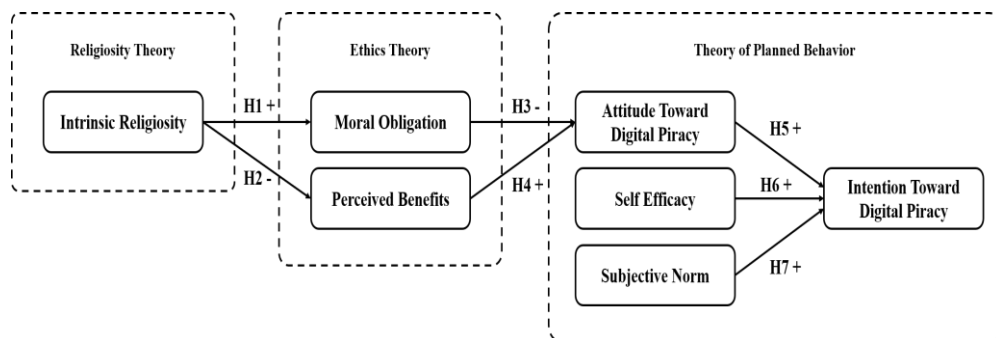
terhadap niat melakukan pembajakan digital (Eisend, 2019; Hati et al., 2020; Choi & Suh, 2022).

Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H7: Norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital

2.2 Model Penelitian

Model dalam penelitian ini menjelaskan tujuh variabel penelitian yang berasal dari integrasi tiga teori yaitu religiusitas intrinsik (dari teori religiusitas), kewajiban moral dan manfaat yang dirasakan (dari teori etika), sikap, efikasi diri, norma subyektif dan niat terhadap pembajakan digital (dari teori perilaku terencana). Berdasarkan studi empiris, landasan teori, dan perumusan hipotesis diatas maka terbentuklah model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: Arli et al. (2018) dan Hati et al., (2020) yang dimodifikasi

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Indonesia tanpa membatasi dengan wilayah geografis tertentu. Adapun objeknya adalah semua jenis website ataupun platform digital yang menjadi situs ataupun platform untuk mendapatkan produk digital bajakan. Pemilihan Indonesia sebagai lokasi penelitian bukan tanpa dasar, melainkan karena Indonesia menjadi salah satu negara yang penduduknya tergolong religius, namun pembajakan yang terjadi sangatlah tinggi (Arli et al., 2018). Indonesia bahkan menjadi negara urutan ke-7 di Asia Pasifik sebagai pengguna software bajakan yang menyebabkan kerugian besar, sekitar USD 1,145 miliar (BSA - The Software Alliance, 2016). Menariknya, 93% orang Indonesia menyatakan bahwa agama menjadi bagian yang melekat dengan kehidupan sehari-hari (Koay et al., 2020). Bahkan menurut data Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia, bersama dengan Filipina, Indonesia menjadi peringkat pertama di dunia yang penduduknya meyakini bahwa percaya pada Tuhan mempunyai korelasi positif terhadap karakter individu yang memegang nilai-nilai yang baik (Burhani et al., 2020). Oleh karenanya Indonesia menjadi tempat yang ideal sebagai konteks untuk meneliti dan menganalisa peran religiusitas terhadap niat konsumen melakukan pembajakan produk digital.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

‘Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik yang peneliti ingin selidiki’ (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia dengan berbagai latar belakang agama yang mengakses *website* ataupun *platform* dari berbagai macam sumber untuk mendapatkan produk digital tanpa lisensi yang sah. Sebagai contoh web atau platformnya seperti Bolasiar.com, IndXXI, Spotify, Netflix, Video, Telegram, dan lain sebagainya.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi, terdiri dari beberapa bagian yang dapat mewakili populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun sampel dalam penelitian ini adalah pengguna ataupun pengakses *website* maupun *platform* (seperti Bolasiar.com, IndXXI, Spotify, Netflix, Video, Telegram, dan lain sebagainya) dari berbagai latar belakang agama di Indonesia untuk mendapatkan produk digital secara ilegal. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probabilitas *sampling* dimana elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat untuk dijadikan sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2016).

Terkait dengan jumlah sampel, tergantung jumlah indikator yang dimiliki, pedomannya adalah jumlah indikator ditambahkan variabel dan dikalikan 5 untuk jumlah sampel minimal, dan dikalikan 10 untuk jumlah

sampel maksimal (J. F. Hair et al., 2017; Lazuardi & Hartono, 2023). Dalam penelitian ini terdapat 19 indikator dari 7 variabel, sehingga target minimal sampel penelitian ini adalah $(19+7) \times 5 = 130$ responden. Sementara target maksimalnya adalah $(19+7) \times 10 = 260$ responden. Hair et al. (2010) menjelaskan bahwa ukuran sampel yang disarankan berjumlah antara 100 hingga 200. Oleh karenanya, target sampel dalam penelitian ini adalah sekitar 200 responden, sebab jumlah ini sudah melebihi dari minimal responden sebagaimana pedoman diatas.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah salah satu jenis *non-probability sampling* dimana kriteria pemilihan responden sudah ditentukan sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2016; Etikan et al., 2016; Hati et al., 2020). Penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan secara online dalam bentuk *Google Form*. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Warga Negara Indonesia dengan berbagai latar belakang agama masing-masing
2. Pernah mengakses *website* ataupun *platform* tertentu (seperti Bolasiar.com, IndXXI, Spotify, Netflix, Video, Telegram, dan lain sebagainya) untuk mengakses produk digital secara illegal.

3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

3.3.1 Religiusitas Instrinsik

Religiusitas intrinsik merupakan orientasi yang menganggap bahwa Tuhan sebagai tujuan akhir segalanya (Arlı et al., 2018), sehingga kehidupan sehari-hari dilakukan sebagaimana ajaran agama dan dapat membantu menghindari dari perilaku tidak etis (Koay et al., 2020). Berdasarkan definisi tersebut, mengacu pada penelitian Arlı *et al.* (2018) dan Koay *et al.* (2020) bahwa religiusitas intrinsik dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

- a. Saya suka membaca sesuatu yang berkaitan dengan agama saya
- b. Seluruh pendekatan saya terhadap kehidupan didasarkan pada agama
- c. Saya berusaha keras untuk menjalani seluruh hidup saya sesuai dengan keyakinan agama saya

3.3.2 Kewajiban Moral

Kewajiban moral dapat didefinisikan sebagai perasaan bersalah atau kewajiban pribadi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu (Cronan & Al-Rafee, 2008; Yoon, 2011). Dalam penelitiannya, Hati *et al.* (2020) menyebutkan bahwa kewajiban moral dapat diukur melalui indikator berikut:

- a. Saya akan merasa bersalah jika saya membajak produk digital

- b. Membajak produk digital bertentangan dengan prinsip-prinsip saya
- c. Secara moral bagi saya untuk membajak produk digital adalah tindakan yang salah

3.3.3 Manfaat yang Dirasakan

Manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini mengacu pada ‘keyakinan tentang konsekuensi positif melakukan pembajakan digital’ (Yoon, 2011). Manfaat positif tersebut dapat memotivasi individu maupun kelompok untuk terus melakukan perilaku tersebut (Vida et al., 2012). Hati *et al.* (2020) menyebutkan bahwa variabel manfaat yang dirasakan dapat diukur melalui indikator berikut:

- a. Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat uang
- b. Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat waktu dalam memperoleh produk digital
- c. Jika saya membajak produk digital, saya akan memiliki lebih banyak produk digital

3.3.4 Sikap

Sikap mengacu pada ‘bagaimana pengguna mengevaluasi pembajakan digital dan produk bajakan, sementara niat merujuk pada keinginan dan kemungkinan pengguna untuk membajak produk digital’ (Eisend, 2019). Sikap konsumen terhadap pembajakan digital mengacu

pada penilaian baik atau buruk individu terhadap tindakan pembajakan digital. (Arli et al., 2018). Hati *et al.* (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa variabel sikap dapat diukur melalui indikator berikut:

- a. Mengunduh produk digital bajakan dari internet adalah ide yang bijaksana
- b. Mengunduh produk digital bajakan dari internet akan menyenangkan
- c. Mengunduh produk digital bajakan dari internet adalah ide yang buruk

Beberapa penelitian sebelumnya juga hanya menggunakan dua indikator untuk merepresentasikan variabel sikap dalam penelitiannya (Casidy et al., 2017; Koay et al., 2020).

3.3.5 Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan ‘kepercayaan pada kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksanakan rangkaian tindakan yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat pencapaian tertentu’ (Bandura, 1998). Berdasarkan definisi ini, Hati *et al.* (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa variabel sikap dapat diukur melalui indikator berikut:

- a. Secara teknis mudah bagi saya untuk mengunduh produk digital yang tidak sah dari internet
- b. Sangat mudah untuk menggunakan produk digital bajakan
- c. Sangat mudah untuk mengakses produk digital bajakan dari internet

3.3.6 Norma Subyektif

Norma subyektif merupakan suatu bentuk tekanan sosial terhadap individu untuk terlibat atau menghindari perilaku tertentu (Ajzen, 1991). ‘Norma subyektif dikembangkan berdasarkan pengaruh orang-orang di sekitar individu seperti keluarga, teman, dan kolega’ (Hati et al., 2020). Beberapa indikator untuk mengukur variabel norma subyektif menurut Hati *et al.* (2020) yang dikembangkan dari penelitian sebelumnya (Moore et al., 2009) diantaranya:

- a. Keluarga saya menyarankan agar saya membajak produk digital
- b. Sahabat saya menyarankan agar saya membajak produk digital
- c. Rekan kerja atau rekan sesama mahasiswa menyarankan agar saya membajak produk digital

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mendukung indikator tersebut untuk merepresentasikan norma subyektif (Cronan & Al-Rafee, 2008; Arli & Tjiptono, 2016), sebab terdapat kemiripan.

3.3.7 Niat Pembajakan Produk Digital

Niat merupakan kehendak perilaku yang didasarkan pada pilihan sadar untuk melakukan sesuatu (Taylor, 2012), dalam hal ini, ‘niat merujuk pada keinginan dan kemungkinan pengguna untuk membajak produk digital’ (Eisend, 2019). Beberapa indikator untuk mengukur variabel niat menurut Hati *et al.* (2020) diantaranya yaitu:

- a. Saya berniat untuk membajak produk digital dalam waktu dekat
- b. Jika saya memiliki kesempatan, saya akan membajak produk digital

Dua indikator tersebut dapat sudah cukup untuk merepresentasikan variabel niat, sebagaimana penelitian sebelumnya yang juga merepresentasikan salah satu variabel dalam penelitiannya hanya dengan dua indikator saja (Casidy *et al.*, 2017; Petrescu *et al.*, 2018; Koay *et al.*, 2020).

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil survei terhadap responden melalui pengisian kuesioner yang disajikan dalam bentuk *google form*. Responden yang mengisi kuesioner merupakan responden yang pernah mengakses *website* ataupun *platform* digital (seperti Bolasiar.com, IndXXI, Spotify, Netflix, Video, Telegram, dan lain sebagainya) untuk mengakses, mendownload, ataupun menggunakan produk digital tanpa lisensi yang sah.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Tidak ada dasar teori yang mengharuskan jumlah tertentu untuk jumlah skala yang digunakan dalam skala Likert (Johns, 2010). Jumlah skala yang paling umum digunakan adalah 5 yang nilainya biasa ditafsirkan sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju (Göb et al., 2007). Skala 5 juga relatif lebih memudahkan responden (Preston & Colman, 2000), sehingga penelitian ini juga menggunakan skala Likert dengan skala 5. Tetapi untuk mengantisipasi jawaban mayoritas netral, pilihan netral diganti dengan pilihan cukup setuju, sehingga skala dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 – Interpretasi Skala Likert

Keterangan	Skor/Kode
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 55 orang. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa indikator-indikator variabel pada kuesioner termasuk indikator yang valid dan reliabel.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas berarti ‘sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya’ (Yamin & Kurniawan, 2014). Uji

validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan nilai r hitung dengan rumus $(df) = n - 2$, dimana n merupakan jumlah sampelnya (Yamin & Kurniawan, 2014). Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5%. Dikatakan valid jika r hitung > r tabel dan nilainya positif (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas dengan responden 55 orang, sehingga nilai r tabelnya adalah 0.2241. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 – Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Religiusitas Intrinsik (<i>Religiosity Intrinsic</i>)	R.1	0.593	0.2241	VALID
	R.2	0.723	0.2241	VALID
	R.3	0.726	0.2241	VALID
Kewajiban Moral (<i>Moral Obligation</i>)	KM.1	0.678	0.2241	VALID
	KM.2	0.726	0.2241	VALID
	KM.3	0.545	0.2241	VALID
Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Benefits</i>)	M.1	0.499	0.2241	VALID
	M.2	0.516	0.2241	VALID
	M.3	0.623	0.2241	VALID
Sikap (<i>Attitude</i>)	S.1	0.606	0.2241	VALID
	S.2	0.606	0.2241	VALID
Efikasi Diri (<i>Self Efficacy</i>)	ED.1	0.814	0.2241	VALID
	ED.2	0.759	0.2241	VALID
	ED.3	0.777	0.2241	VALID
Norma Subyektif (<i>Subjective Norm</i>)	NS.1	0.414	0.2241	VALID
	NS.2	0.682	0.2241	VALID
	NS.3	0.612	0.2241	VALID
Niat (<i>Intention</i>)	N.1	0.737	0.2241	VALID
	N.2	0.737	0.2241	VALID

Sumber : Data Primer Diolah Dengan SPSS Versi 25 (2023)

Setelah dilakukan uji validitas, semua nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel dan nilainya positif, sehingga semua indikator dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid, kecuali satu indikator dalam variabel sikap, yakni “mengunduh produk digital bajakan dari internet adalah ide yang buruk.” Oleh karenanya indikator ini dihapus sebab tidak memenuhi persyaratan uji validitas.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu ukuran merupakan indikasi kestabilan dan konsistensi indikator untuk mengukur konsep dan menilai ketepatan suatu ukuran (Sekaran & Bougie, 2016). Dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, dan ada juga yang menyebutkan bahwa reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ (Yamin & Kurniawan, 2014). Uji reliabilitas ini dilakukan dengan software SPSS versi 25 dan menghasilkan sebagai berikut:

Tabel 3.3 – Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standart Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Religiusitas Intrinsik (<i>Religiosity Intrinsic</i>)	0.823	0.7	RELIABEL
Kewajiban Moral (<i>Moral Obligation</i>)	0.801	0.7	RELIABEL
Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Benefits</i>)	0.721	0.7	RELIABEL
Sikap (<i>Attitude</i>)	0.742	0.7	RELIABEL

Efikasi Diri (<i>Self Efficacy</i>)	0.889	0.7	RELIABEL
Norma Subyektif (<i>Subjective Norm</i>)	0.729	0.7	RELIABEL
Niat (<i>Intention</i>)	0.849	0.7	RELIABEL

Sumber : Data Primer Diolah Dengan SPSS Versi 25 (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, semua nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 sebagai standar minimal. Dengan demikian, semua indikator dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel. Dalam proses uji reliabilitas ini, terdapat satu indikator dalam variabel sikap, yakni “mengunduh produk digital bajakan dari internet adalah ide yang buruk” tidak memenuhi persyaratan uji reliabilitas. Oleh karenanya indikator ini dihapus dan tidak digunakan untuk tahap-tahap selanjutnya.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dapat digunakan untuk mengukur variabel tunggal dengan nilai frekuensi, tendensi sentral, dan dispersi (Sekaran & Bougie, 2016). Statistik deskriptif juga dapat menggambarkan data berdasarkan rata-rata, median, modus, jangkauan, varian, maksimum, minimum, varian, standar deviasi, dan pengukuran dispersi lainnya (Sekaran & Bougie, 2016). Analisis deskriptif dalam penelitian ini akan menjelaskan karakteristik dari jumlah total responden yang ditargetkan, yakni sekitar 200 responden, dibagi dalam berbagai kelompok berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan,

pendapatan, agama, jenis produk digital yang sering diakses, alasan mengakses, dan tindakan setelah mengakses.

Selanjutnya, jawaban yang telah terkumpul dari hasil survei dalam penelitian ini akan dianalisis untuk mengetahui jawaban terhadap masing-masing variabel. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skor 1 sampai 5, sehingga dapat ditentukan besaran interval responden sebagai berikut:

$$\text{Skor nilai terendah} = 1$$

$$\text{Skor nilai tertinggi} = 5$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh nilai interval terhadap masing-masing variable adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 – Kriteria Penilaian Responden

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 - 2,60	Tidak Setuju
2,61 - 3,40	Cukup Setuju
3,41 - 4,20	Setuju
4,21 - 5,00	Sangat Setuju

3.6.2 Analisis Statistik

Penelitian ini menggunakan jenis analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM dapat dikatakan sebagai metodologi yang komprehensif dan fleksibel untuk memperkirakan, mewakili, dan

menguji model teoritis untuk menjelaskan sebanyak mungkin variasi (Ramlall, 2016). Adapun pendekatan yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) atau biasa disebut PLS-SEM. Teknik ini dipilih sebab mempunyai tingkat akurasi yang tinggi (Lazauardi & Hartono, 2023).

Terdapat dua sub model untuk analisis PLS-SEM, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) (Lestari & Hartono, 2023). Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menentukan hubungan antara variabel laten independen dan dependen, sedangkan model struktural (*inner model*) untuk menentukan hubungan antara variabel laten dan indikator yang diamati (Wong, 2013). Pengujian model dengan PLS-SEM akan dilakukan dengan dua tahap, evaluasi atau penilaian model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Analisis data dalam hal ini akan menggunakan bantuan *software* Smart PLS dengan tahapan sebagai berikut:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hal yang perlu dilakukan pertama adalah mengevaluasi model dalam PLS-SEM dengan melakukan pemeriksaan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model (Ghozali & Latan, 2015). Sarstedt dan Cheah (2019) menyebutkan bahwa untuk menilai validitas dan reliabilitas model ini, perlu dilakukan penilaian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit.

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen (*convergent validity*) ‘digunakan untuk mengukur besarnya korelasi antara konstruk dan variabel laten’ (Lestari & Hartono, 2023). ‘Ukuran validitas konvergen dinyatakan baik jika nilai *factor loading* > 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50’ (Lazuardi & Hartono, 2023). Haryono (2017) juga menyebutkan bahwa evaluasi *convergent validity* dapat dilihat dari *loading factor*, dengan nilai ideal *loading factor* yaitu > 0.7 yang berarti bahwa indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk yang dibentuk. (Haryono, 2017). Sementara Ghazali (2014) menyebutkan bahwa nilai *loading faktor* 0,5 sampai 0,6 masih dianggap cukup.

b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan (*discriminant validity*) merupakan pengujian untuk memastikan bahwa setiap variabel mempunyai perbedaan, dimana hasilnya dapat dilihat melalui nilai *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loading* ‘yang menunjukkan besarnya korelasi antara konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya’ (Lazuardi & Hartono, 2023). Pengukuran *Fornell-Larcker Criterion* bisa dilihat dari ‘akar AVE setiap konstruk yang nilainya lebih besar dari korelasi antara konstruk dengan nilai standar yang digunakan untuk

cross loading yang harus lebih besar dari 0,7' (Lestari & Hartono, 2023).

c. Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*)

Reliabilitas komposit (*composite reliability*) adalah 'ukuran nilai sebenarnya dari keandalan suatu konstruk' (Lestari & Hartono, 2023), dimana untuk mengukurnya 'dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan nilai $> 0,7$ ' (Lazuardi & Hartono, 2023). Ghozali (2014) juga menyebutkan bahwa *composite reliability* sama dengan *Cronbach's alpha* dimana $> 0,7$ dapat diterima dan $> 0,8$ sangat memuaskan.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dengan tujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Lazuardi & Hartono, 2023). Evaluasi model struktural dapat dilakukan dengan 'melihat besarnya prosentase varian yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai *RSquare* untuk konstruk laten endogen, pengujian model fit, dan pengujian signifikansi untuk menjawab hipotesis penelitian' (Lestari & Hartono, 2023).

a. *Uji Path Coefficient*

Uji path coefficient ini dilakukan untuk melihat kekuatan hubungan antar konstruk (Haryono, 2017). Dalam hal ini, nilai *Coefficient determination* (*R-square*) digunakan untuk melihat

pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif, dimana nilai *R-Square* 0.75, 0.50, dan 0.25 artinya adalah memiliki pengaruh kuat, sedang, dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

b. *Goodness of Fit*

Model *goodness of fit* (GOF) dalam hal ini digunakan untuk memvalidasi model struktural secara menyeluruh, dimana ‘jika nilai Q^2 lebih besar dari 0 maka model penelitian ini dinyatakan fit’ (Lazuardi & Hartono, 2023). Adapun menurut Haryono (2017), pengujian lain yang juga untuk memvalidasi model adalah *Q² predictive relevance* yang apabila nilainya semakin mendekati angka 1 maka variabel laten eksogen baik dan sesuai sebagai variabel penjelas yang dapat memprediksi variabel endogennya.

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini akan di uji dengan melakukan uji statistik T. Uji statistik T digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pengaruh antara satu variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2014), dimana dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. $T_{hitung} < t_{tabel}$, memiliki arti bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat atau hipotesis ditolak

- b. $T \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, memiliki arti bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima

Uji statistik dalam uji t akan membentuk DF sebagai berikut:

$$Df = n - k - 1$$

Dimana:

k = jumlah variabel

n = jumlah sampel

Jika *p-value* nilainya kurang dari 0,05 ($< 0,05$), maka hipotesis diterima, dan sebaliknya. Jika hasil menunjukkan signifikan, berarti ada pengaruh antar variabel.

- a. Jika *outer model* signifikan artinya indikator bersifat valid
- b. Jika *inner model* signifikan artinya terdapat pengaruh signifikan
- c. *Partial Least Square* tidak mengasumsikan data yang berdistribusi normal yaitu diperoleh dari proses *bootstrapping* atau *resampling method*.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

4.1.1 - Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	84	42%
Perempuan	116	58%
Total	200	100%

(Sumber : Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan yakni 116 orang (58%), sedangkan laki-laki berjumlah 84 orang (42%).

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2 - Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	25	12,5%
21-25 Tahun	117	58,5%
26-30 Tahun	50	25%
> 30 Tahun	8	4%
Total	200	100

(Sumber: Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang berumur < 20 tahun adalah sejumlah 25 orang (12,5%), 21-25 tahun sejumlah 117 orang (58,5%), 26-30 tahun sejumlah 50 orang (25%), dan > 30 tahun hanya 8 orang (4%).

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Tabel 4.3 - Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA/Sederajat	22	11%
D3	8	4%
S1	140	70%
S2	28	14%
SMP	1	0,5%
D1	1	0,5%
Total	200	100%

(Sumber : Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jenjang pendidikan SMA/Sederajat terdiri dari 22 orang (11%), D3 berjumlah 8 orang (4%), S1 berjumlah 140 orang (70%), S2 berjumlah 28 orang (14%), serta SMP dan D1 masing-masing berjumlah 1 orang (0,5%).

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 - Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Siswa/i	5	2,5%
Mahasiswa/i	86	43%
Karyawan Swasta	58	29%
Karyawan BUMN	1	0,5%
ASN	9	4,5%
Wirausaha	17	8,5%
Freelancer	6	3%
Pengajar Privat	2	1%
Bidan	1	0,5%
Guru	12	6%
Author	1	0,5%
Buruh	1	0,5%
Tidak Bekerja	1	0,5%
Total	200	100%

(Sumber: Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat dilihat Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang terdiri dari Siswa/i berjumlah 5 orang (2,5%), Mahasiswa/i 86 orang (43%), Karyawan Swasta 58 orang (29%), ASN 9 orang (4,5%), Wirausaha 17 orang (8,5%), *Freelancer* 6 orang (3%), Pengajar Privat 2 orang (1%), Guru 12 orang (6%). Terdapat pula Karyawan BUMN, Bidan, Author, Buruh dan Tidak Bekerja, masing-masing terdiri dari 1 orang (0,5%).

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5 - Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan/Bulan	Jumlah	Persentase
< Rp. 5000.000	167	83,5%
Rp. 5000.000 - Rp. 10.000.000	26	13%
Rp. 10.000.001 - Rp. 15.000.000	4	2%
> Rp. 25.000.000	3	1,5%
Total	200	100%

(Sumber : Data Primer 2023)

Dilihat dari tabel 4.5 diatas, mayoritas responden mempunyai pendapatan < Rp. 5000.000/bulan, terdiri dari 167 orang (83,5%). Lalu ada 26 orang (13%) yang mempunyai pendapatan Rp. 5000.001 – Rp. 10.000.000/bulan, 4 orang (2%) mempunyai pendapatan Rp. 10.000.001 – Rp. 15.000.000/bulan, dan 3 orang (1,5%) mempunyai pendapatan > Rp. 25.000.000/bulan.

4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Tabel 4.6 - Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah	Persentase
Islam	194	97%
Budha	1	0,5%
Hindu	2	1%
Katolik	1	0,5%
Kristen	2	1%
Total	200	100%

(Sumber : Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini beragama Islam, berjumlah 194 orang (97%). Selanjutnya terdapat 1 orang (0,5) beragama Budha, 2 orang (1%) beragama Hindu, 1 orang (0,5%) beragama Katolik, dan 2 orang (1%) beragama Kristen.

4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Digital yang Sering Digunakan

Dalam konteks ini, 200 orang responden dapat memilih lebih dari satu jenis produk digital yang sering digunakan. Adapaun hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 - Karakteristik Responden Jenis Produk Digital

Jenis Produk Digital	Jumlah	Persentase
Software	98	49%
Musik	85	42,5%
Video Streaming	79	39,5%
Film	100	50%
E-Course	17	8,5%
Total	379	189,5%

(Sumber : Data Primer 2023)

Dari tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa jenis produk digital yang paling sering digunakan adalah Film, terdiri dari 100 orang pengguna (50%). Selanjutnya adalah *software* terdiri dari 98 orang (49%), Musik 85 orang (42,5%), *Video Streaming* 79 orang (39,5%), dan E-Course 17 orang (8,5%).

4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengakses

Untuk menggali alasan yang lebih kompleks dalam mengakses produk bajakan, dalam hal ini 200 orang responden diperbolehkan memilih lebih dari satu alasan. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 - Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mengakses

Alasan Mengakses	Jumlah	Persentase
Tidak mengetahui bahwa sedang melakukan pembajakan	78	39%
Karena gratis	139	69,5%
Mudah diakses	64	32%
Fasilitas mendukung	38	19%
Total	319	159,5%

(Sumber: Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mengaku tidak mengetahui bahwa sedang melakukan pembajakan adalah 78 orang (39%), yang mengakses karena gratis berjumlah 139 orang (69,5%), karena mudah diakses 64 orang (32%), dan yang mengakses karena fasilitas mendukung 38 orang (19%).

4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tindakan yang Dilakukan Setelah Mengakses

Dalam konteks ini, 200 orang responden juga dapat memilih lebih dari satu tindakan yang dilakukan setelah mengakses website ataupun platform bajakan.

Tabel 4.9 - Karakteristik Responden Berdasarkan Tindakan Setelah Mengakses

Tindakan	Jumlah	Persentase
Untuk konsumsi pribadi	181	90,5%
Menyebarkan	5	2,5%
Tidak mengulang kembali tindakan tersebut	27	13,5%
Total	213	106,5%

(Sumber : Data Primer 2023)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden mengaku hanya menggunakan untuk konsumsi pribadi, terdiri dari 181 orang (90,5%). Lalu terdapat 5 orang (2,3%) yang mengaku menyebarkan, dan 27 orang (13,5%) mengaku tidak akan mengulangi tindakan tersebut.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif variabel merupakan penilaian untuk melihat kecenderungan jawaban responden, dilakukan dengan cara melihat nilai rata-rata pada setiap item variabel tersebut. Variabel-variabel tersebut diantaranya adalah Religiusitas Intrinsik, Kewajiban Moral, Manfaat yang Dirasakan, Sikap, Efikasi Diri, Norma Subyektif, dan Niat Pembajakan Produk Digital. Adapun penilaian jawaban responden dikategorikan dengan tolak ukur sebagai berikut:

Skor nilai terendah = 1

Skor nilai tertinggi = 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga diperoleh rentang penilaian terhadap variabel dalam penelitian ini sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10 – Kriteria Penilaian Responden

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,81 - 2,60	Tidak Setuju (TS)
2,61 - 3,40	Cukup Setuju (CS)
3,41 - 4,20	Setuju (S)
4,21 - 5,00	Sangat Setuju (SS)

4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas Intrinsik

Tabel 4.11 - Analisis Deskriptif Variabel Religiusitas Intrinsik

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Ket.
R.1	Saya suka membaca sesuatu yang berkaitan dengan agama saya	3,97	S
R.2	Seluruh pendekatan saya terhadap kehidupan didasarkan pada agama	3,91	S
R.3	Saya berusaha keras untuk menjalani seluruh hidup saya sesuai dengan keyakinan agama saya	4,12	S
Rata-Rata Total		4,00	S

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa pada item “Saya suka membaca sesuatu yang berkaitan dengan agama saya,” responden cenderung setuju (Mean = 3,97). Selanjutnya untuk item “Seluruh pendekatan saya terhadap kehidupan didasarkan pada agama,” responden juga cenderung setuju (Mean = 3,91), dan terakhir untuk item “Saya berusaha keras untuk

menjalani seluruh hidup saya sesuai dengan keyakinan agama saya,” responden juga cenderung setuju (Mean = 4,12). Adapun secara keseluruhan, penilaian rata-rata terhadap variabel religiusitas intrinsik dalam penelitian ini adalah 4,00, ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini mempunyai tingkat religiusitas instrinsik yang baik.

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kewajiban Moral

Tabel 4.12 - Analisis Deskriptif Variabel Kewajiban Moral

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Ket.
KM.1	Saya akan merasa bersalah jika saya membajak produk digital	3,49	S
KM.2	Membajak produk digital bertentangan dengan prinsip-prinsip saya	3,27	CS
KM.3	Secara moral bagi saya untuk membajak produk digital adalah tindakan yang salah	3,84	S
Rata-Rata Total		3,53	S

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa pada item “Saya akan merasa bersalah jika saya membajak produk digital,” responden cenderung setuju (Mean = 3,49). Selanjutnya pada item “Membajak produk digital bertentangan dengan prinsip-prinsip saya,” responden cenderung cukup setuju (Mean = 3,27), dan terakhir untuk item “Secara moral bagi saya untuk membajak produk digital adalah tindakan yang salah,” responden cenderung setuju (Mean = 3,84). Adapun secara keseluruhan, penilaian rata-rata responden terhadap variabel kewajiban moral dalam penelitian ini adalah 3,53, yang berarti bahwa responden dalam penelitian ini rata-rata mempunyai moralitas yang baik.

4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Manfaat yang Dirasakan

Tabel 4.13 - Analisis Deskriptif Variabel Manfaat yang Dirasakan

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Ket.
M.1	Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat uang	3,18	CS
M.2	Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat waktu dalam memperoleh produk digital	3,00	CS
M.3	Jika saya membajak produk digital, saya akan memiliki lebih banyak produk digital	3,01	CS
Rata-Rata Total		3,06	CS

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas, dapat dilihat bahwa pada item “Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat uang,” responden cenderung cukup setuju (Mean = 3,18). Selanjutnya pada item “Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat waktu dalam memperoleh produk digital,” responden juga cenderung cukup setuju (Mean = 3,00), dan terakhir untuk item “Jika saya membajak produk digital, saya akan memiliki lebih banyak produk digital,” responden juga cukup setuju (Mean = 3,01). Adapun secara keseluruhan, penilaian rata-rata responden terhadap variabel manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini adalah 3,06, yang berarti bahwa responden yang melakukan pembajakan cukup setuju dengan beberapa manfaat yang dirasakan.

4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Sikap

Tabel 4.14 - Analisis Deskriptif Variabel Sikap

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Ket.
S.1	Mengunduh produk digital bajakan dari internet adalah ide yang bijaksana	2,01	TS
S.2	Mengunduh produk digital bajakan dari internet akan menyenangkan	2,59	TS
Rata-Rata Total		2.30	TS

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas, dapat dilihat bahwa pada item “Mengunduh produk digital bajakan dari internet adalah ide yang bijaksana,” responden bersikap tidak setuju (Mean = 2,01). Selanjutnya pada item “Mengunduh produk digital bajakan dari internet akan menyenangkan,” responden juga bersikap tidak setuju (Mean = 2,59). Adapun secara keseluruhan, penilaian rata-rata responden terhadap variabel sikap terhadap pembajakan produk digital dalam penelitian ini adalah 2,30, yang artinya rata-rata responden dalam peneltian ini menilai bahwa pembajakan produk digital bukanlah tindakan yang bijaksana dan menyenangkan.

4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Efikasi Diri

Tabel 4.15 - Analisis Deskriptif Variabel Efikasi Diri

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Ket.
E.1	Secara teknis mudah bagi saya untuk mengunduh produk digital yang tidak sah dari internet	3,32	CS
E.2	Sangat mudah untuk menggunakan produk digital bajakan	3,36	CS
E.3	Sangat mudah untuk mengakses produk digital bajakan dari internet	3,40	CS
Rata-Rata Total		3,36	CS

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas, dapat dilihat bahwa pada item “Secara teknis mudah bagi saya untuk mengunduh produk digital yang tidak sah dari internet,” responden cenderung cukup setuju (Mean = 3,32). Selanjutnya pada item “Sangat mudah untuk menggunakan produk digital bajakan,” responden juga cenderung cukup setuju (Mean = 3,36), dan terakhir untuk item “Sangat mudah untuk mengakses produk digital bajakan dari internet,” responden juga cukup setuju (Mean = 3,40). Adapun secara keseluruhan, penilaian rata-rata responden terhadap variabel efikasi diri dalam penelitian ini adalah 3,36, yang artinya bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini mempunyai kemampuan untuk melakukan pembajakan produk digital.

4.2.6 Analisis Deskriptif Variabel Norma Subyektif

Tabel 4.16 - Analisis Deskriptif Variabel Norma Subyektif

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Ket.
NS.1	Keluarga saya menyarankan agar saya membajak produk digital	1,70	STS
NS.2	Sahabat saya menyarankan agar saya membajak produk digital	2,32	TS
NS.3	Rekan kerja atau rekan sesama mahasiswa menyarankan agar saya membajak produk digital	2,46	TS
Rata-Rata Total		2,16	TS

Berdasarkan Tabel 4.16 diatas, dapat dilihat bahwa pada item “Keluarga saya menyarankan agar saya membajak produk digital,” responden cenderung sangat tidak setuju (Mean = 1,70). Selanjutnya pada item “Sahabat saya menyarankan agar saya membajak produk digital,” responden juga cenderung tidak setuju (Mean = 2,32), dan terakhir untuk item “Rekan kerja atau rekan sesama mahasiswa menyarankan agar saya membajak produk digital,”

responden juga cukup setuju (Mean = 2,46). Adapun secara keseluruhan, penilaian rata-rata responden terhadap variabel norma subyektif dalam penelitian ini adalah 2,16, yang menunjukkan bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini tidak setuju bahwa keluarga, sahabat, rekan kerja ataupun rekan sesama mahasiswa menyarankan untuk melakukan pembajakan produk digital.

4.2.7 Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembajakan Produk Digital

Tabel 4.17 - Analisis Deskriptif Variabel Niat Pembajakan Produk Digital

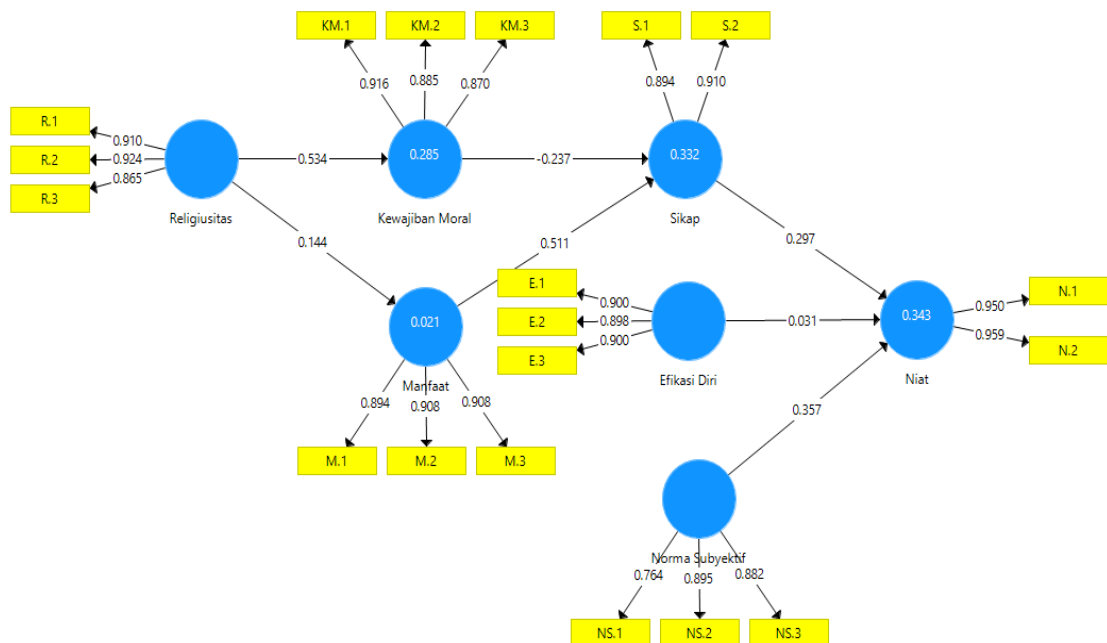
Kode	Item Pertanyaan	Mean	Ket.
N.1	Saya berniat untuk membajak produk digital dalam waktu dekat	2,13	TS
N.2	Jika saya memiliki kesempatan, saya akan membajak produk digital	2,23	TS
Rata-Rata Total		2,18	TS

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas, dapat dilihat bahwa pada item “Saya berniat untuk membajak produk digital dalam waktu dekat,” responden cenderung tidak setuju (Mean = 2,13). Selanjutnya pada item “Jika saya memiliki kesempatan, saya akan membajak produk digital,” responden juga cenderung tidak setuju (Mean = 2,23). Adapun secara keseluruhan, penilaian rata-rata responden terhadap variabel niat dalam penelitian ini adalah 2,18, yang berarti bahwa rata-rata responden dalam penelitian ini tidak berniat melakukan pembajakan produk digital dalam waktu dekat ataupun jika ada kesempatan.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menentukan hubungan antara variabel laten independen dan dependen (Wong, 2013), dimana model ini mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variable latennya. Model ini terdiri dari 3 jenis uji yakni uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas.



Gambar 4.1 - Pengujian Model Pengukuran

a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen (*convergent validity*) digunakan untuk mengukur seberapa besar korelasi antar konstruk dengan variabel laten. Validitas konvergen dapat dinyatakan baik jika nilai *loading factor* > 0.70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50

(Lazuardi & Hartono, 2023). Berikut adalah nilai *outer loading* masing-masing indikator pada variabel penelitian ini.

Tabel 4.18 - Nilai Convergent Validity

Variabel	Indikator	Nilai Loading	Keterangan
Religiusitas Intrinsik	R1	0,910	Valid
	R2	0,924	Valid
	R3	0,865	Valid
Kewajiban Moral	KM1	0,916	Valid
	KM2	0,885	Valid
	KM3	0,870	Valid
Manfaat yang Dirasakan	M1	0,894	Valid
	M2	0,908	Valid
	M3	0,908	Valid
Sikap	S1	0,894	Valid
	S2	0,910	Valid
Efikasi Diri	E1	0,900	Valid
	E2	0,898	Valid
	E3	0,900	Valid
Norma Subyektif	NS1	0,764	Valid
	NS2	0,895	Valid
	NS3	0,882	Valid
Niat	N1	0,950	Valid
	N2	0,959	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 bahwa nilai *loading factor* semua variabel manifest > 0.7 , yang menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel penelitian dapat dikatakan memenuhi kriteria validitas konvergen dan tidak ada yang di keluarkan.

b. Uji Validitas Diskriminan

Validitas Diskriminan (*discriminant validity*) dilakukan untuk memastikan bahwa masing-masing variabel memiliki perbedaan. Validitas diskriminan dapat dilihat melalui nilai *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loading* yang menunjukkan besarnya

korelasi antar konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya. “Pengukuran *Fornell-Larcker Criterion* dilakukan dengan melihat akar AVE dari masing-masing konstruk bernilai lebih besar dari pada korelasi antar konstruk dan standar nilai yang digunakan untuk *cross loading* yaitu harus lebih besar dari 0,7” (Lestari & Hartono, 2023).

Tabel 4.19 - Nilai *Fornell-Larcker Criterion*

	Efikasi Diri	Kewajiban Moral	Manfaat	Niat	Norma Subyektif	Religiusitas Intrinsik	Sikap
Efikasi Diri	0,899						
Kewajiban Moral	0,046	0,891					
Manfaat	0,650	-0,057	0,904				
Niat	0,254	-0,358	0,349	0,955			
Norma Subyektif	0,338	-0,184	0,491	0,525	0,849		
Religiusitas Intrinsik	0,162	0,534	0,144	-0,174	-0,033	0,900	
Sikap	0,346	-0,267	0,525	0,497	0,529	0,068	0,902

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.19, nilai *Fornell-Larcker Criterion* menunjukkan bahwa akar AVE dari masing-masing konstruk lebih besar dari pada korelasi antar konstruk.

Tabel 4.20 - Nilai *Cross Loading*

	Efikasi Diri	Kewajiban Moral	Manfaat	Niat	Norma Subyektif	Religiusitas Intrinsik	Sikap
E.1	0,900	0,013	0,498	0,263	0,303	0,109	0,315
E.2	0,898	0,064	0,625	0,196	0,296	0,141	0,336
E.3	0,900	0,054	0,652	0,216	0,311	0,194	0,284
KM.1	0,026	0,916	-0,064	-0,333	-0,176	0,495	-0,239
KM.2	-0,010	0,885	-0,120	-0,354	-0,175	0,476	-0,283
KM.3	0,114	0,870	0,041	-0,264	-0,137	0,454	-0,184
M.1	0,564	-0,006	0,894	0,266	0,419	0,144	0,416
M.2	0,625	-0,038	0,908	0,306	0,388	0,134	0,452
M.3	0,574	-0,101	0,908	0,364	0,512	0,117	0,540
N.1	0,196	-0,297	0,284	0,950	0,479	-0,174	0,448
N.2	0,285	-0,383	0,378	0,959	0,521	-0,160	0,498
NS.1	0,170	-0,138	0,258	0,441	0,764	-0,047	0,386
NS.2	0,312	-0,161	0,445	0,435	0,895	-0,054	0,463
NS.3	0,373	-0,168	0,542	0,457	0,882	0,014	0,495
R.1	0,189	0,578	0,138	-0,202	-0,026	0,910	0,088
R.2	0,131	0,455	0,143	-0,183	-0,029	0,924	0,080
R.3	0,098	0,366	0,103	-0,055	-0,037	0,865	-0,005
S.1	0,236	-0,269	0,411	0,456	0,496	0,030	0,894
S.2	0,384	-0,214	0,531	0,441	0,460	0,089	0,910

Sumber: Data primer diolah, 2023

Nilai *cross loading* sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 4.20, masing-masing item memiliki nilai > 0.70 . Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel manifest dalam penelitian ini telah tepat menjelaskan variabel latennya dan membuktikan bahwa *discriminant validity* seluruh item valid.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas komposit (*composite reliability*) adalah ‘ukuran nilai sebenarnya dari keandalan suatu konstruk’ (Lestari & Hartono, 2023), dimana untuk mengukurnya ‘dapat dilakukan dengan dua

cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan nilai $> 0,7$ (Lazuardi & Hartono, 2023). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21 - Nilai Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Efikasi Diri	0,883	0,927	Reliabel
Kewajiban Moral	0,870	0,920	Reliabel
Manfaat	0,888	0,930	Reliabel
Niat	0,903	0,954	Reliabel
Norma Subyektif	0,803	0,885	Reliabel
Religiusitas	0,885	0,928	Reliabel
Sikap	0,771	0,897	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.21, nilai semua variabel dalam pengujian reliabilitas baik menggunakan *Cronbach's Alpha* ataupun *Composite reliability* nilainya > 0.7 , yang berarti bahwa konstruk dapat dinyatakan reliabel sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji model struktural (*inner model*).

4.3.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dengan tujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Lazuardi & Hartono, 2023). Evaluasi model struktural dapat dilakukan dengan ‘melihat besarnya prosentase varian yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai *RSquare* untuk konstruk laten endogen, pengujian model fit, dan pengujian signifikansi untuk menjawab hipotesis penelitian’ (Lestari & Hartono, 2023).

a. *R-Square (R²)*

Tabel 4.22 - Nilai R² Variabel Endogen

	R Square
Niat	0,343
Sikap	0,332
Kewajiban Moral	0,285
Manfaat	0,021

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.22, model Sikap, Efikasi Diri dan Norma Subyektif terhadap Niat Pembajakan Produk Digital memberikan nilai sebesar 0,343, yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel Niat Pembajakan Produk Digital dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut (Sikap, Efikasi Diri dan Norma Subyektif) sebesar 34,3%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Lalu pada model Kewajiban Moral dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Sikap bernilai 0,332, yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel Sikap yang dapat jelaskan oleh Kewajiban Moral dan Manfaat yang Dirasakan adalah sebesar 33,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Selanjutnya pada model Religiusitas Intrinsik terhadap Kewajiban Moral dan terhadap Manfaat yang Dirasakan memberikan nilai sebesar 0,285 dan 0,021, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa variabel Kewajiban Moral dan Manfaat

yang Dirasakan dapat dijelaskan oleh variabel Religiusitas Intrinsik sebesar 28,5% dan 2,1 %, sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

b. Goodness of Fit

Model *goodness of fit* (GOF) dalam hal ini digunakan untuk memvalidasi model struktural secara menyeluruh, dimana ‘jika nilai Q² lebih besar dari 0 maka model penelitian ini dinyatakan fit’ (Lazuardi & Hartono, 2023).

Tabel 4.23 - Goodness of Fit

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Efikasi Diri	600,000	600,000	
Kewajiban Moral	600,000	468,785	0,219
Manfaat	600,000	592,610	0,012
Niat	400,000	281,138	0,297
Norma Subyektif	600,000	600,000	
Religiusitas	600,000	600,000	
Sikap	400,000	301,034	0,247

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil pengujian *goodness of fit* sebagaimana terlihat pada tabel 4.23 diatas menunjukkan bahwa nilai Q² lebih besar dari 0 walaupun pada bagian manfaat sangat tipis namun masih tetap memenuhi syarat, sehingga model penelitian ini dapat dinyatakan fit.

4.3.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SmartPLS versi 3.0 yang dilakukan melalui metode *bootstrapping*. Adapun pengambilan keputusan hipotesis diterima ataupun ditolak didasarkan pada nilai signifikansi (P Value) dan nilai T-table. Kriterianya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2014):

- a. $T \text{ hitung} < t \text{ tabel } (1,96)$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat atau hipotesis ditolak
- b. $T \text{ hitung} > t \text{ tabel } (1,96)$, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima

Jika *p-value* nilainya kurang dari 0,05 ($< 0,05$), maka hipotesis diterima, dan sebaliknya. Adapun hasil ujinya sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4.24 - Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
H1: Religiusitas intrinsik berpengaruh positif terhadap kewajiban moral	0,534	7,754	0,000	DITERIMA
H2: Religiusitas intrinsik berpengaruh negatif terhadap manfaat yang dirasakan	0,144	1,693	0,091	DITOLAK
H3: Kewajiban moral berpengaruh negatif terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital	-0,237	3,656	0,000	DITERIMA

H4: Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap untuk melakukan pembajakan produk digital	0,511	8,771	0,000	DITERIMA
H5: Sikap berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital	0,297	3,090	0,002	DITERIMA
H6: <i>Self efficacy</i> berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital	0,031	0,348	0,728	DITOLAK
H7: Norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital	0,357	4,620	0,000	DITERIMA

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Religiusitas Intrinsik Terhadap Kewajiban Moral

Setelah dilakukan uji hipotesis 1 pada pengaruh variabel religiusitas instrinsik terhadap kewajiban moral, hasilnya menunjukkan koefisien *original sample* bernilai positif yakni 0,534, dengan nilai t-statistik $7,754 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas intrinsik berpengaruh positif terhadap kewajiban moral, sehingga hipotesis 1 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas intrinsik seseorang, semakin tinggi pula standar moral atau kewajiban moral yang dimiliki, yang pada akhirnya berpengaruh pada sikap dan niat untuk melakukan pembajakan produk digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya (Arli & Tjiptono, 2013; Arli et al., 2018; Koay et al., 2020). Religiusitas dalam

hal ini dapat dikatakan efektif sebagai salah satu faktor untuk meminimalisir perilaku pembajakan, oleh karenanya religiusitas setiap individu sangat penting sebagai pembentuk standar moral individu sehingga dapat mencegah dari perilaku tidak etis. Menanamkan nilai-nilai religiusitas dalam diri individu dapat dimulai dari lingkungan keluarga hingga lembaga pendidikan baik formal ataupun non formal.

4.4.2 Pengaruh Religiusitas Intrinsik Terhadap Manfaat Yang Dirasakan

Setelah dilakukan uji hipotesis 2 pada pengaruh variabel religiusitas instrinsik terhadap manfaat yang dirasakan, hasilnya menunjukkan koefisien *original sample* bernilai positif yakni 0,144, dengan nilai t-statistik $1,693 < 1,96$ dan p-value $0,091 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas intrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel manfaat yang dirasakan, sehingga hipotesis 2 ditolak.

Meskipun hasilnya menunjukkan hipotesis 2 ditolak, namun jika dicermati nilai t-statistik ($1,693 < 1,96$) dan p-value ($0,091 > 0,05$), cukup tipis untuk mendekati standarnya. Hal ini mungkin terjadi disebabkan karena ada faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini yang turut mempengaruhi penilaian terhadap manfaat yang dirasakan dalam melakukan pembajakan meskipun religiusitas instrinsiknya baik. Jika dilihat dari hasil analisis deskriptif sebelumnya, cukup banyak responden (sekitar 39% dari 200 responden) yang merasa tidak sadar bahwa mereka telah melakukan pembajakan. Ini menunjukkan bahwa

faktor literasi terkait pembajakan digital dapat dikatakan masih rendah, sebab banyak responden melakukan pembajakan namun tidak sadar bahwa tindakan tersebut tergolong membajak dan termasuk tindakan tidak etis. Jika mereka sadar bahwa tindakan tersebut termasuk tindakan tidak etis, mungkin hasilnya akan berbeda. Akbulut dan Dönmez (2018) menyebutkan bahwa aspek peningkatan kesadaran terhadap pembajakan sangat penting untuk dilakukan dan bahkan mungkin akan bekerja lebih baik daripada peraturan pencegahan dalam implementasi selanjutnya.

Selain itu dari hasil analisis deskriptif juga dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan rata-rata dibawah 5 juta perbulan (83,5%), dan mayoritas mahasiswa (43%). Dalam hal ini karena keterbatasan pendapatan terlebih mayoritas mahasiswa yang biasanya masih mengandalkan uang pemberian orang tua, tentu akan sangat mempertimbangkan untuk menghemat biaya dalam mendapatkan produk digital yang diinginkan atau dibutuhkan, sehingga faktor harga juga menjadi hal yang perlu dipertimbangkan. (Eisend, 2019) menyebutkan bahwa harga terjangkau dapat meminimalisir seseorang untuk mendapatkan suatu produk digital secara ilegal. ‘Penyesuaian harga dapat menjadi cara yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan mudah’ dan dapat meningkatkan pendapatan dalam jangka panjang (Im et al., 2018).

4.4.3 Pengaruh Kewajiban Moral Terhadap Sikap Melakukan Pembajakan Produk Digital

Setelah dilakukan uji hipotesis 3 pada pengaruh kewajiban moral terhadap sikap melakukan pembajakan produk digital, hasilnya menunjukkan koefisien *original sample* bernilai negatif yakni -0,237, dengan nilai t-statistik $3,656 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kewajiban moral berpengaruh negatif terhadap sikap melakukan pembajakan produk digital, sehingga hipotesis 3 diterima.

Kewajiban moral didefinisikan sebagai perasaan bersalah atau kewajiban pribadi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu (Cronan & Al-Rafee, 2008; Yoon, 2011). Semakin besar rasa bersalah yang dirasakan seseorang terhadap perilaku pembajakan digital, maka akan semakin rendah pula kecenderungannya untuk terlibat (Hati et al., 2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kewajiban moral akan mendorong sikap negatif terhadap pembajakan sehingga menurunkan kecenderungannya untuk terlibat dalam tindakan pembajakan produk digital, dan hal yang sama juga disebutkan dalam beberapa penelitian sebelumnya (Yoon, 2011; Arli & Tjiptono, 2016; Hati et al., 2020).

4.4.4 Pengaruh Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Sikap Melakukan Pembajakan Produk Digital

Setelah dilakukan uji hipotesis 4 pada pengaruh variabel manfaat yang dirasakan terhadap sikap melakukan pembajakan produk digital, hasilnya menunjukkan koefisien *original sample* bernilai positif yakni 0,511, dengan nilai t-statistik $8,771 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap melakukan pembajakan produk digital, sehingga hipotesis 4 diterima.

Manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini mengacu pada ‘keyakinan tentang konsekuensi positif melakukan pembajakan digital’ (Yoon, 2011), misalnya seperti kemudahan, hemat waktu maupun biaya (Arlı et al., 2018) Koay et al., 2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan jika melakukan pembajakan, maka akan mendorong sikap positif yang pada ujungnya dapat mendorong seseorang untuk berniat melakukan pembajakan produk digital. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan pada penelitian sebelumnya (Yoon, 2011; Arlı & Tjiptono, 2016). Manfaat yang dirasakan dalam penelitian ini mengacu pada ‘keyakinan tentang konsekuensi positif melakukan pembajakan digital’ (Yoon, 2011), misalnya seperti kemudahan, hemat waktu maupun biaya (Arlı et al., 2018) (Koay et al., 2020) (Yoon, 2011). Manfaat positif tersebut dapat

memotivasi individu maupun kelompok untuk terus melakukan perilaku tersebut (Vida et al., 2012).

4.4.5 Pengaruh Sikap Terhadap Niat Melakukan Pembajakan Produk Digital

Setelah dilakukan uji hipotesis 5 pada pengaruh sikap terhadap niat melakukan pembajakan produk digital, hasilnya menunjukkan koefisien *original sample* bernilai positif yakni 0,297, nilai t-statistik 3,090 > 1,96 dan p-value 0,002 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital, sehingga hipotesis 5 diterima.

Sikap merupakan salah satu faktor penting dalam studi pengambilan keputusan etis, dimana seseorang menilai sesuatu itu etis atau tidak didasarkan pada keyakinan dan sikap mereka (Uzun & Kilis, 2020). Dalam konteks pembajakan digital, Petrescu et al., (2018) menyebutkan bahwa sikap individu berpengaruh signifikan terhadap niat etis untuk melakukan pembajakan, dan penelitian ini juga menemukan hal yang sama. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Petrescu et al., 2018; Arli et al., 2018; Eisend, 2019; Uzun & Kilis, 2020) yang menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melakukan pembajakan produk digital. Artinya individu yang mempunyai sikap positif terhadap pembajakan digital cenderung berniat melakukan pembajakan.

4.4.6 Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Niat Melakukan Pembajakan Produk Digital

Setelah dilakukan uji hipotesis 6 pada pengaruh efikasi diri terhadap niat melakukan pembajakan produk digital, hasilnya menunjukkan koefisien *original sample* bernilai positif yakni 0,031, dengan nilai t-statistik $0,348 < 1,96$ dan p-value $0,728 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital, sehingga hipotesis 6 dalam penelitian ini ditolak.

Ajzen (2002) menjelaskan bahwa efikasi diri merupakan kemampuan untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Van Dinther et al. (2011) juga menjelaskan bahwa '*Self-efficacy* mempengaruhi pilihan yang dibuat orang, cara mereka bertindak, usaha yang mereka keluarkan, ketekunan dan elastisitas mereka' sehingga sangat membantu individu untuk memutuskan seberapa besar usaha yang harus dilakukan untuk suatu hal, seberapa lama akan bertahan jika mengalami kesulitan, dan seberapa kuat untuk menghadapi kerugian. Ini menunjukkan bahwa efikasi diri juga menjadikan seseorang mampu mempertimbangkan resiko yang dihadapkan pada benefit yang akan didapatkan, dan tentunya jika resikonya lebih besar sangat mungkin orang akan memilih untuk tidak melakukan sesuatu tersebut, dalam konteks ini adalah melakukan pembajakan. Resiko penuntutan dapat meminimalisir perilaku pembajakan (Akbulut & Dönmez, 2018).

Salah satu resiko yang bisa menjadi pertimbangan adalah terkait dengan sanksi hukum yang berlaku sebagaimana temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Arli et al., (2018) yang juga dilakukan di Indonesia, bahwa kemungkinan hukuman yang dirasakan dan ketakutan akan konsekuensi hukum berpengaruh dan menjadi faktor penting sebagai upaya untuk meminimalisir pembajakan digital, sejalan dengan penelitian sebelumnya (Peace et al., 2003; Yoo et al., 2014; Arli et al., 2017).

4.4.7 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Niat Melakukan Pembajakan Produk Digital

Setelah dilakukan uji hipotesis 7 pada pengaruh norma subyektif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital, hasilnya menunjukkan koefisien *original sample* bernilai positif yakni 0,357, dengan nilai t-statistik $4,620 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital, sehingga hipotesis 7 diterima.

‘Norma subyektif dikembangkan berdasarkan pengaruh orang-orang di sekitar individu seperti keluarga, teman, dan kolega’ (Hati et al., 2020). Jika seseorang percaya bahwa orang yang dianggapnya berpengaruh bagi dirinya memiliki persepsi positif terhadap pembajakan perangkat digital, mereka akan cenderung terlibat juga (Petrescu et al., 2018). Terbukti bahwa penelitian ini menemukan bahwa norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital,

sejalan dengan temuan pada penelitian sebelumnya (Olivero et al., 2019; Eisend, 2019; Hati et al., 2020; Choi & Suh, 2022). Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi norma subyektif maka akan semakin tinggi pula niat melakukan pembajakan produk digital. Besarnya pengaruh norma subyektif dalam konteks ini terkait dengan pembajakan produk digital, menunjukkan pentingnya peran lingkungan sebagai pendorong untuk melakukan tindakan tidak etis, sebab itulah diperlukan pendidikan yang mampu menularkan keyakinan yang sejalan dengan konsep moralitas dan hal tersebut bisa dimulai dari keluarga (Hati et al., 2020).

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas intrinsik, kewajiban moral, manfaat yang dirasakan, sikap, efikasi diri, dan norma subyektif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini sebagaimana telah dijabarkan sebelumnya pada BAB IV, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas intrinsik berpengaruh positif terhadap kewajiban moral. Artinya, jika tingkat religiusitas intrinsik seseorang tinggi, maka standar moral atau kewajiban moral orang tersebut juga tinggi, sehingga akan berpengaruh pada sikap dan niat untuk melakukan pembajakan produk digital.
2. Religiusitas intrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel manfaat yang dirasakan. Artinya, tingkat religiusitas intrinsik seseorang tidak mempengaruhi potensi seseorang untuk mendapatkan manfaat produk digital, sekalipun dengan cara yang ilegal. Akan tetapi, untuk menjelaskan lebih dalam hubungan antar variabel ini, faktor kesadaran bahwa tindakan yang dilakukan tersebut ilegal perlu menjadi perhatian khusus. Selain itu, faktor harga juga penting untuk diperhatikan.
3. Kewajiban moral berpengaruh negatif terhadap sikap melakukan pembajakan produk digital. Ini menunjukkan bahwa kewajiban moral yang tinggi akan mendorong sikap negatif terhadap pembajakan sehingga menurunkan kecenderungannya untuk terlibat dalam tindakan pembajakan produk digital.

4. Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap melakukan pembajakan produk digital. Artinya, semakin besar manfaat positif yang dirasakan, maka akan membentuk sikap positif pada individu ataupun kelompok untuk melakukan pembajakan produk digital.
5. Sikap berpengaruh positif terhadap niat melakukan pembajakan produk digital. Ini menunjukkan bahwa individu yang mempunyai sikap positif terhadap pembajakan digital cenderung dapat terlibat atau setidaknya memiliki niat untuk melakukan pembajakan produk digital.
6. Dalam penelitian ini, *self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital. Ini menunjukkan bahwa kemampuan seseorang untuk terlibat dalam pembajakan belum tentu akan mendorong niat seseorang untuk melakukannya pembajakan tersebut. Dalam hal ini, aspek moralitas menjadi salah satu yang patut dipertimbangkan untuk menjelaskan hubungan antara *self efficacy* terhadap niat.
7. Norma subyektif dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap niat untuk melakukan pembajakan produk digital. Artinya, semakin tinggi norma subyektif, akan semakin tinggi pula niat melakukan pembajakan produk digital. Besarnya pengaruh norma subyektif menunjukkan pentingnya peran lingkungan sebagai salah satu faktor kuat yang mendorong melakukan tindakan tidak etis.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian ini, implikasi manajerial dari penelitian ini dapat ditunjukkan pada perusahaan atau *platform* penyedia produk digital dan juga

pemerintah sebagai regulator. Kepada perusahaan ataupun *platform* penyedia produk digital, tentunya diharapkan dapat meningkatkan sistem keamanan baik website maupun aplikasi yang menjadi sumber diaksesnya produk digital agar tidak mudah diretas oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab. Kemudahan akses serta keterjangkauan harga juga perlu menjadi perhatian penting agar daya beli konsumen selaras dengan harga yang ditawarkan untuk mendapatkan produk digital tersebut.

Selain itu, penting untuk melakukan edukasi secara masif untuk membangun literasi bahwa mengakses produk digital dari situs-situs tidak resmi merupakan salah satu bentuk pembajakan dan hal tersebut termasuk perilaku kriminal yang tidak dibenarkan secara etika serta bersalah dihadapan hukum. Langkah edukasi ini bisa dilakukan dengan mengkampanyekan untuk tidak melakukan pembajakan melalui media televisi, sosial media, website ataupun aplikasi untuk mengakses produk digital. Selain itu, bekerjasama dengan para influencer yang sekiranya mewakili kelompok usia yang paling sering terlibat pembajakan juga bisa menjadi alternatif untuk mengkampanyekan dampak membajak produk digital.

Selanjutnya kepada pemerintah yang memegang peran penting sebagai regulator diharapkan dapat membuat regulasi terkait pembajakan produk digital dan menindak tegas para pelaku pembajakan. Mungkin saat ini regulasi terkait pembajakan produk digital di Indonesia sudah ada dan bagus, akan tetapi pengetahuan masyarakat luas terhadap regulasi tersebut masih minim. Dalam hal ini pemerintah dapat bekerjasama dengan perusahaan untuk mensosialisasikan

regulasi yang sudah ada, serta menindak tegas para pelaku pembajakan. Selain dihukum sebagaimana aturan yang berlaku, pemberitaan tentang perilaku pembajakan juga perlu dilakukan secara masif sebagaimana pemberitaan tindak pidana kriminal lainnya agar menjadi pembelajaran dan perhatian bagi masyarakat untuk melakukan hal yang sama. Pemerintah juga dapat memblokir situs-situs yang menjadi sumber untuk mengakses produk digital bajakan.

Dengan edukasi yang masif antara perusahaan terkait dan pemerintah, serta keterjangkauan harga yang ditawarkan perusahaan, diharapkan konsumen terbangun kesadarannya untuk tidak melakukan pembajakan, dan juga konsumen dapat menilai bahwa harga yang harus dibayarkan tidak lebih mahal dari sanksi sosial dan hukum yang bisa didapatkan akibat dari tindakan pembajakan.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi Penelitian

Penelitian ini tentunya masih jauh dari kata sempurna, berikut beberapa keterbatasan penelitian ini yang dapat menjadi bahan perbaikan dan kelengkapan untuk penelitian berikutnya, diantaranya:

1. Penelitian ini hanya membahas perilaku pembajakan produk digital, tidak sampai dengan resiko setelahnya. Mengingat produk yang diakses konsumen adalah produk bajakan yang sangat mungkin terdapat virus yang beresiko merusak perangkat untuk mengakses produk, hingga resiko pencurian data terkait keuangan, dan berbagai dampak buruk lainnya. Oleh

karenanya penelitian selanjutnya dapat membahas terkait persepsi resiko pembajakan produk digital.

2. Penelitian ini hanya membahas variabel religiusitas intrinsik, kewajiban moral, manfaat yang dirasakan, sikap, *self efficacy*, norma subyektif dan niat melakukan pembajakan produk digital saja. Dalam proses berjalannya penelitian, banyak faktor lain yang sangat erat kaitannya namun belum dibahas dalam penelitian ini, dan diharapkan dapat dibahas pada penelitian selanjutnya. Beberapa diantaranya seperti literasi terkait pembajakan produk digital, konsekuensi hukum, hingga faktor harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Akbulut, Y., & Dönmez, O. (2018). Predictors of digital piracy among Turkish undergraduate students. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1324–1334.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.004>
- Arli, D., Kubacki, K., Tjiptono, F., & Morenodiez, S. (2017). Religiousness and digital piracy among young consumers in an emerging market. *Young Consumers*, 18(1), 40–53. <https://doi.org/10.1108/YC-08-2016-00627>
- Arli, D., & Tjiptono, F. (2013). The End of Religion? Examining the Role of Religiousness, Materialism, and Long-Term Orientation on Consumer Ethics in Indonesia. *Journal of Business Ethics*, 123(3), 385–400.
<https://doi.org/10.1007/s10551-013-1846-4>
- Arli, D., & Tjiptono, F. (2016). Consumer digital piracy behaviour among youths: insights from Indonesia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(5), 898–922. <https://doi.org/10.1108/APJML-11-2015-0163>
- Arli, D., Tjiptono, F., Casidy, R., & Phau, I. (2018). Investigating the impact of

- young consumers' religiosity on digital piracy. *International Journal of Consumer Studies*, 42(6), 792–803. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12443>
- Aversa, P., Hervás-Drane, A., & Evenou, M. (2019). Business Model Responses to Digital Piracy. *California Management Review*, 61(2), 30–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0008125618818841>
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122–147. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>
- Bandura, A. (1998). Health promotion from the perspective of social cognitive theory. *Psychology and Health*, 13(4), 623–649. <https://doi.org/10.1080/08870449808407422>
- BSA - The Software Alliance. (2016). *Seizing Opportunity Through License Compliance - BSA Global Software Survey*. <https://www.bsa.org/reports/2016-bsa-global-software-survey>
- Burhani, H., Awaludin, A., & Ulum, R. (2020). *Religiusitas Masyarakat Indonesia : Temuan Indeks Kesalehan Sosial (IKS) 2020*. [https://simlitbangdiklat.kemenag.go.id/simlitbang/spdata/upload/policy_brief/16202941157._Policy_Brief_-_Indeks_Kesaalehan_Sosial_\[2-2-2021\]_.pdf](https://simlitbangdiklat.kemenag.go.id/simlitbang/spdata/upload/policy_brief/16202941157._Policy_Brief_-_Indeks_Kesaalehan_Sosial_[2-2-2021]_.pdf)
- Casidy, R., Lwin, M., & Phau, I. (2017). Investigating the role of religiosity as a deterrent against digital piracy. *Marketing Intelligence and Planning*, 35(1), 62–80. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2015-0221>
- Casidy, R., Phau, I., & Lwin, M. (2016). Religiosity and Digital Piracy: An

Empirical Examination. *Services Marketing Quarterly*, 37(1), 1–13.

<https://doi.org/10.1080/15332969.2015.1112172>

Choi, Y., & Suh, K. H. (2022). Verifying the usefulness of the theory of planned behavior model for predicting illegal use of online content: the role of outcome expectancies and social loafing. *BMC Psychology*, 10(1), 1–12.

<https://doi.org/10.1186/s40359-022-00978-3>

Cronan, T. P., & Al-Rafee, S. (2008). Factors that influence the intention to pirate software and media. *Journal of Business Ethics*, 78(4), 527–545.

<https://doi.org/10.1007/s10551-007-9366-8>

De Matos, M. G., Ferreira, P., & Smith, M. D. (2017). The effect of subscription video-on-demand on piracy: Evidence from a household-level randomized experiment. *Management Science*, 64(12), 5610–5630.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2875>

Eisend, M. (2016). Morality Effects and Consumer Responses to Counterfeit and Pirated Products: A Meta-analysis. *Journal of Business Ethics*, 154, 301–323.

<https://doi.org/10.1007/s10551-016-3406-1>

Eisend, M. (2019). Explaining digital piracy: A meta-analysis. *Information Systems Research*, 30(2), 636–664. <https://doi.org/10.1287/isre.2018.0821>

Etikan, I., Musa, S. A., & Department, R. S. A. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.

<https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

- Fawcett, B. G., Francis, L. J., Henderson, A. J., Robbins, M., & Linkletter, J. (2013). Religiosity and Music Copyright Theft Among Canadian Baptist Youth. *Journal of Research on Christian Education*, 22(2), 153–164.
<https://doi.org/10.1080/10656219.2013.808974>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Göb, R., McCollin, C., & Ramalhoto, M. F. (2007). Ordinal methodology in the analysis of likert scales. *Quality and Quantity*, 41(5), 601–626.
<https://doi.org/10.1007/s11135-007-9089-z>
- Gopal, R. D., & Sanders, G. L. (1998). International Software Piracy: Analysis of Key Issues and Impacts. *Information Systems Research*, 9(4), 380–397.
<https://doi.org/10.1287/isre.9.4.380>
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Australia : Cengage* (7th Editio). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Los*

Angeles (Second Edi). Sage Publications.

Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.

Hashim, M. J., Kannan, K. N., & Wegener, D. T. (2018). Central Role of Moral Obligations in Determining Intentions to Engage in Digital Piracy. *Journal of Management Information Systems*, 35(3), 934–963.
<https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1481670>

Hati, S. R. H., Fitriasih, R., & Safira, A. (2020). E-textbook piracy behavior: An integration of ethics theory, deterrence theory, and theory of planned behavior. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 18(1), 1–19. <https://doi.org/10.1108/JICES-11-2018-0081>

Im, H., Song, H., & Jung, J. (2018). A survival analysis of songs on digital music platform. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1–12.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.013>

Johns, R. (2010). Likert Item and Scales. In *SQB Methods Fact Sheet*. University of Strathclyde.

Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Koay, K. Y., Tjiptono, F., & Sandhu, M. S. (2020). Digital piracy among consumers in a developing economy: A comparison of multiple theory-based models. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102075.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102075>

Lazuardi, L., & Hartono, A. (2023). Analysis of Factors Influencing Intention and Behavior of Piracy on Digital Entertainment Platforms in Indonesia.

Journal of Economics, Management and Trade, 29(7), 72–82.

<https://doi.org/10.9734/jemt/2023/v29i71106>

Lee, B., Paek, S. Y., & Fenoff, R. (2018). Factors associated with digital piracy among early adolescents. *Children and Youth Services Review*, 86, 287–295.

<https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2018.02.002>

Lestari, E. J., & Hartono, A. (2023). Digital Innovation Piracy in Online Entertainment Media in Indonesia: Determinants of Individual Planned Behavior. *Journal of Economics, Management and Trade*, 29(8), 140–152.

<https://doi.org/10.9734/jemt/2023/v29i81122>

Marcum, C. D., Higgins, G. E., Wolfe, S. E., & Ricketts, M. L. (2011). Examining the intersection of self-control, peer association and neutralization in explaining digital piracy. *Western Criminology Review*, 12(3), 60–74.

Miric, M., & Jeppesen, L. B. (2020). Does piracy lead to product abandonment or stimulate new product development?: Evidence from mobile platform-based developer firms. *Strategic Management Journal*, 41(12), 2155–2184.

<https://doi.org/10.1002/smj.3208>

Moores, T. T., Nill, A., & Rothenberger, M. A. (2009). Knowledge of software piracy as an antecedent to reducing pirating behavior. *Journal of Computer Information Systems*, 50(1), 82–89.

- Olivero, N., Greco, A., Annoni, A. M., Steca, P., & Lowry, P. B. (2019). Does opportunity make the thief? Abilities and moral disengagement in illegal downloading. *Behaviour and Information Technology*, 38(12), 1273–1289. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1583768>
- Park, N., Kang, N., & Oh, H. S. (2018). Examining intention of digital piracy: an integration of social norms and ethical ideologies. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 16(2), 157–172. <https://doi.org/10.1108/JICES-11-2016-0043>
- Peace, A. G., Galletta, D. F., & Thong, J. Y. L. (2003). Software piracy in the workplace: A model and empirical test. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 153–177. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045759>
- Petrescu, M., Gironda, J. T., & Korgaonkar, P. K. (2018). Online piracy in the context of routine activities and subjective norms. *Journal of Marketing Management*, 34(3–4), 314–346. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1452278>
- Preston, C. C., & Colman, A. M. (2000). Optimal number of response categories in rating scales: Reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*, 104(1), 1–15. [https://doi.org/10.1016/S0001-6918\(99\)00050-5](https://doi.org/10.1016/S0001-6918(99)00050-5)
- Ramlall, I. (2016). Applied Structural Equation Modelling for Researchers and Practitioners. In *Emerald Group Publishing* (First edit). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/9781786358820>

- Riekkinen, J. (2018). Piracy versus Netflix: Subscription Video on Demand Dissatisfaction as an Antecedent of Piracy. *Hawaii International Conference on System Sciences*, 12(3), 3558–3567.
<https://doi.org/10.24251/hicss.2018.450>
- Sardanelli, D., Vollero, A., Siano, A., & Bottoni, G. (2019). Lowering the pirate flag: a TPB study of the factors influencing the intention to pay for movie streaming services. *Electronic Commerce Research*, 19, 549–574.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10660-019-09346-7> Lowering
- Sarstedt, M., & Cheah, J. H. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. *Journal of Marketing Analytics*, 7(3), 196–202. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach* (Seventh Ed). John Wiley & Sons.
- Taylor, S. A. (2012). Evaluating digital piracy intentions on behaviors. *Journal of Services Marketing*, 26(7), 472–483.
<https://doi.org/10.1108/08876041211266404>
- Uzun, A. M., & Kilis, S. (2020). Investigating antecedents of plagiarism using extended theory of planned behavior. *Computers and Education*, 144, 1–14.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103700>
- Van Dinther, M., Dochy, F., & Segers, M. (2011). Factors affecting students' self-efficacy in higher education. *Educational Research Review*, 6(2), 95–108.
<https://doi.org/10.1016/j.edurev.2010.10.003>

- Vida, I., Koklic, M. K., Kukar-Kinney, M., & Penz, E. (2012). Article Information - Home Article Information - Home. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 6(4), 298–313.
<https://doi.org/dx.doi.org/10.1108/17505931211282418>
- Wicaksono, A. P., & Urumsah, D. (2017). Perilaku Pembajakan Produk Digital: Cerita Dari Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 17(1), 22–42.
<https://doi.org/10.20885/jabis.vol17.iss1.art2>
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32.
http://marketing-bulletin.massey.ac.nz/V24/MB_V24_T1_Wong.pdf
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2014). *SPSS Complete : Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS* (Edisi 2). Salemba Infotek.
- Yang, Z., & Wang, J. (2015). Differential effects of social influence sources on self-reported music piracy. *Decision Support Systems*, 69, 70–81.
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2014.11.007>
- Yoo, C. W., Sanders, G. L., Rhee, C., & Choe, Y. C. (2014). The effect of deterrence policy in software piracy: cross-cultural analysis between Korea and Vietnam. *Information Development*, 30(4), 342–357.
<https://doi.org/10.1177/0266666912465974>
- Yoon, C. (2011). Theory of Planned Behavior and Ethics Theory in Digital Piracy: An Integrated Model. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 405–417.
<https://doi.org/10.1007/s10551-010-0687-7>

Zhang, L., Smith, W. W., & McDowell, W. C. (2009). Examining Digital Piracy :
Self-Control, Punishment, and Self-Efficacy. *Information Resources
Management Journal*, 22(1), 24–44.
<https://doi.org/10.4018/irmj.2009010102>

LAMPIRAN

Lampiran 1

Pembukaan Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Dade Irwan Sunardi (21911011), Mahasiswa S2 Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia (UII). Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir yang bertema *Pembajakan Produk Digital*.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Sdr/i untuk meluangkan waktu guna membantu saya menjadi responden penelitian, yaitu dengan mengisi atau memilih jawaban yang telah saya sediakan pada daftar pernyataan yang saya susun. Kebenaran dan kelengkapan jawaban Saudara akan sangat membantu saya dalam penelitian ini. Tujuan pemberian kuesioner ini semata-mata untuk tujuan akademik dimana pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i akan dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Penulis:

Dade Irwan Sunardi (21911011)

Dosen Pembimbing:

Bapak Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph. D.

Lampiran 2

Bagian 1 : Demografi Responden

Petunjuk pengisian: Pilihlah jawaban yang merefleksikan kondisi Anda.

No	Pernyataan	
1	Jenis Kelamin	Pria
		Wanita
2	Umur	<20 tahun
		21-25
		26-30
		>30
3	Tingkat Pendidikan	SMA/Sederajat
		D3
		S1
		S2
		Yang lain:
4	Pekerjaan Saat Ini	Siswa/i SMA
		Mahasiswa/i
		Karyawan Swasta
		Karyawan BUMN
		Aparatur Sipil Negara (ASN)
		Wirausaha
		Ibu Rumah Tangga
		Yang Lain:
5	Rata-rata Pendapatan Per Bulan	<Rp5.000.000
		Rp5.000.001-10.000.000
		Rp10.000.001-15.000.000
		Rp15.000.001-20.000.000
		Rp20.000.001-25.000.000
>Rp25.000.000		
6	Agama	Islam
		Kristen
		Katolik
		Hindu
		Budha
		Lainnya
7	No. Tlp/WhatsApp	

Bagian 2 : Objek Penelitian

No	Pernyataan	
1	Selama ini, saya pernah menyalin, mengunduh, ataupun mengakses produk digital seperti perangkat lunak, musik, video streaming, film, e-course, dan produk digital berhak cipta lainnya secara tidak resmi.	Ya
		Tidak
2	Jenis produk digital yang sering digunakan	Perangkat Lunak
		Musik
		Video Streaming
		Film
		E-Course
		Lainnya:
3	Alasan menyalin, mengunduh, ataupun mengakses produk digital bajakan tersebut	Tidak mengetahui bahwa sedang melakukan pembajakan
		Karena gratis
		Mudah diakses
		Fasilitas mendukung
4	Tindakan yang dilakukan setelah menyalin, mengunduh, ataupun mengakses produk digital bajakan	Untuk konsumsi pribadi
		Menyebarkan
		Tidak mengulang kembali tindakan tersebut

Bagian 3 : Variabel Penelitian

Petunjuk pengisian: Pilihlah tingkat persetujuan Anda terhadap setiap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda pada salah satu pilihan yang Anda anggap sesuai.

Kriteria Pilihan:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Cukup Setuju (CS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Sikap Terhadap Pembajakan (Hati et al., 2020)		Pilihan				
		STS	TS	CS	S	SS
No.	Pernyataan					
1	Mengunduh produk digital bajakan dari internet adalah ide yang bijaksana					
2	Mengunduh produk digital bajakan dari internet akan menyenangkan					

Efikasi Diri (Hati et al., 2020)		Pilihan				
		STS	TS	CS	S	SS
No.	Pernyataan					
1	Secara teknis mudah bagi saya untuk mengunduh produk digital yang tidak sah dari internet					
2	Sangat mudah untuk menggunakan produk digital bajakan					
3	Sangat mudah untuk mengakses produk digital bajakan dari internet					

Norma Subyektif (Hati et al., 2020)		Pilihan				
		STS	TS	CS	S	SS
No.	Pernyataan					
1	Keluarga saya menyarankan agar saya membajak produk digital					
2	Sahabat saya menyarankan agar saya membajak produk digital					
3	Rekan kerja atau rekan sesama mahasiswa menyarankan agar saya membajak produk digital					

Manfaat yang Dirasakan (Hati et al., 2020)		Pilihan				
		STS	TS	CS	S	SS
No.	Pernyataan					
1	Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat uang					
2	Jika saya membajak produk digital, saya akan menghemat waktu dalam memperoleh produk digital					
3	Jika saya membajak produk digital, saya akan memiliki lebih banyak produk digital					

Kewajiban Moral (Hati et al., 2020)		Pilihan				
		STS	TS	CS	S	SS
No.	Pernyataan					
1	Saya akan merasa bersalah jika saya membajak produk digital					
2	Membajak produk digital bertentangan dengan prinsip-prinsip saya					
3	Secara moral bagi saya untuk membajak produk digital adalah tindakan yang salah					

Religiusitas Intrinsik (Arli et al., 2018) dan (Koay et al., 2020)		Pilihan				
		STS	TS	CS	S	SS
No.	Pernyataan					
1	Saya suka membaca sesuatu yang berkaitan dengan agama saya					
2	Seluruh pendekatan saya terhadap kehidupan didasarkan pada agama					
3	Saya berusaha keras untuk menjalani seluruh hidup saya sesuai dengan keyakinan agama saya					

Niat Pembajakan Digital (Hati et al., 2020)		Pilihan				
		STS	TS	CS	S	SS
No.	Pernyataan					
1	Saya berniat untuk membajak produk digital dalam waktu dekat					
2	Jika saya memiliki kesempatan, saya akan membajak produk digital					

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas

Sikap Terhadap Pembajakan Produk Digital

		Correlations		
		S.1	S.2	TS
S.1	Pearson Correlation	1	.606**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	55	55	55
S.2	Pearson Correlation	.606**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	55	55	55
TS	Pearson Correlation	.869**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Efikasi Diri

		Correlations			
		ED.1	ED.2	ED.3	TED
ED.1	Pearson Correlation	1	.735**	.760**	.919**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
ED.2	Pearson Correlation	.735**	1	.688**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
ED.3	Pearson Correlation	.760**	.688**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
TED	Pearson Correlation	.919**	.892**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Norma Subyektif

Correlations

		NS.1	NS.2	NS.3	TNS
NS.1	Pearson Correlation	1	.427**	.321*	.660**
	Sig. (2-tailed)		.001	.017	.000
	N	55	55	55	55
NS.2	Pearson Correlation	.427**	1	.654**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	55	55	55	55
NS.3	Pearson Correlation	.321*	.654**	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.000
	N	55	55	55	55
TNS	Pearson Correlation	.660**	.895**	.844**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Manfaat yang Dirasakan

Correlations

		M.1	M.2	M.3	TM
M.1	Pearson Correlation	1	.379**	.506**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000
	N	55	55	55	55
M.2	Pearson Correlation	.379**	1	.528**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000
	N	55	55	55	55
M.3	Pearson Correlation	.506**	.528**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
TM	Pearson Correlation	.785**	.804**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kewajiban Moral

Correlations

		KM.1	KM.2	KM.3	TKM
KM.1	Pearson Correlation	1	.704**	.474**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
KM.2	Pearson Correlation	.704**	1	.533**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
KM.3	Pearson Correlation	.474**	.533**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
TKM	Pearson Correlation	.869**	.887**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Religiusitas Intrinsik

Correlations

		R.1	R.2	R.3	TR
R.1	Pearson Correlation	1	.550**	.554**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
R.2	Pearson Correlation	.550**	1	.734**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
R.3	Pearson Correlation	.554**	.734**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
TR	Pearson Correlation	.827**	.877**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Niat Terhadap Pembajakan Produk Digital

Correlations

		N.1	N.2	TN
N.1	Pearson Correlation	1	.737**	.933**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	55	55	55
N.2	Pearson Correlation	.737**	1	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	55	55	55
TN	Pearson Correlation	.933**	.931**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas

Sikap terhadap Pembajakan Produk Digital

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	2

Efikasi Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	3

Norma Subyektif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

Manfaat yang Dirasakan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	3

Kewajiban Moral

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	3

Religiusitas Intrinsik

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.823	3

Niat Terhadap Pembajakan Produk Digital

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.849	2

Lampiran 5 : Karakteristik Deskriptif Responden

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	84	42.0	42.0	42.0
	Perempuan	116	58.0	58.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	25	12.5	12.5	12.5
	21-25 Tahun	117	58.5	58.5	71.0
	26-30 Tahun	50	25.0	25.0	96.0
	> 30 Tahun	8	4.0	4.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	22	11.0	11.0	11.0
	D3	8	4.0	4.0	15.0
	S1	140	70.0	70.0	85.0
	S2	28	14.0	14.0	99.0
	SMP	1	.5	.5	99.5
	D1	1	.5	.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Siswa/i	5	2.5	2.5	2.5
	Mahasiswa/i	86	43.0	43.0	45.5
	Karyawan Swasta	58	29.0	29.0	74.5
	Karyawan BUMN	1	.5	.5	75.0
	ASN	9	4.5	4.5	79.5
	Wirausaha	17	8.5	8.5	88.0
	Freelancer	6	3.0	3.0	91.0
	Pengajar Privat	2	1.0	1.0	92.0
	Bidan	1	.5	.5	92.5
	Guru	12	6.0	6.0	98.5
	Author	1	.5	.5	99.0
	Buruh	1	.5	.5	99.5
	Tidak Bekerja	1	.5	.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 5000.000	167	83.5	83.5	83.5
	Rp. 5000.000 - Rp. 10.000.000	26	13.0	13.0	96.5
	Rp. 10.000.001 - Rp. 15.000.000	4	2.0	2.0	98.5
	> Rp. 25.000.000	3	1.5	1.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		Agama			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Islam	194	97.0	97.0	97.0
	Budha	1	.5	.5	97.5
	Hindu	2	1.0	1.0	98.5
	Katolik	1	.5	.5	99.0
	Kristen	2	1.0	1.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		Pengakuan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Ya	162	81.0	81.0	81.0
	Tidak	38	19.0	19.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Jenis Produk, Alasan dan Penggunaan

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$Produk ^a	200	100.0%	0	0.0%	200	100.0%
\$Alasan ^a	200	100.0%	0	0.0%	200	100.0%
\$Tindakan ^a	200	100.0%	0	0.0%	200	100.0%

a. Group

\$Produk Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Jenis Produk Digital ^a	Software	98	25.9%	49.0%
	Musik	85	22.4%	42.5%
	Video Streaming	79	20.8%	39.5%
	Film	100	26.4%	50.0%
	E-Course	17	4.5%	8.5%
Total		379	100.0%	189.5%

a. Group

\$Alasan Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Alasan Mengakses ^a	Tidak mengetahui bahwa sedang melakukan pembajakan	78	24.5%	39.0%
	Karena gratis	139	43.6%	69.5%
	Mudah diakses	64	20.1%	32.0%
	Fasilitas mendukung	38	11.9%	19.0%
Total		319	100.0%	159.5%

a. Group

\$Tindakan Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Tindakan Setelah Mengakses ^a	Untuk konsumsi pribadi	181	85.0%	90.5%
	Menyebarkan	5	2.3%	2.5%
	Tidak mengulang kembali tindakan tersebut	27	12.7%	13.5%
Total		213	100.0%	106.5%

a. Group

Lampiran 6 : Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
S.1	200	1	5	2.01	.891
S.2	200	1	5	2.59	1.013
E.1	200	1	5	3.32	1.022
E.2	200	1	5	3.36	.982
E.3	200	1	5	3.40	1.070
NS.1	200	1	5	1.70	.756
NS.2	200	1	5	2.32	1.083
NS.3	200	1	5	2.46	1.120
M.1	200	1	5	3.18	1.029
M.2	200	1	5	3.00	1.017
M.3	200	1	5	3.01	.964
KM.1	200	1	5	3.49	.982
KM.2	200	1	5	3.27	.980
KM.3	200	1	5	3.84	1.020
R.1	200	1	5	3.97	.926
R.2	200	1	5	3.91	.898
R.3	200	1	5	4.12	.854
N.1	200	1	5	2.13	1.026
N.2	200	1	5	2.23	1.064
Valid N (listwise)	200				

Lampiran 7 : Hasil Uji Statistik

(Fornell-Larcker Criterion)

	Efikasi Diri	Kewajiban Moral	Manfaat	Niat	Norma Subyektif	Religiusitas	Sikap
Efikasi Diri	0,899						
Kewajiban Moral	0,046	0,891					
Manfaat	0,650	-0,057	0,904				
Niat	0,254	-0,358	0,349	0,955			
Norma Subyektif	0,338	-0,184	0,491	0,525	0,849		
Religiusitas	0,162	0,534	0,144	-0,174	-0,033	0,900	
Sikap	0,346	-0,267	0,525	0,497	0,529	0,068	0,902

(Cross Loadings)

	Efikasi Diri	Kewajiban Moral	Manfaat	Niat	Norma Subyektif	Religiusitas Intrinsik	Sikap
E.1	0,900	0,013	0,498	0,263	0,303	0,109	0,315
E.2	0,898	0,064	0,625	0,196	0,296	0,141	0,336
E.3	0,900	0,054	0,652	0,216	0,311	0,194	0,284
KM.1	0,026	0,916	-0,064	-0,333	-0,176	0,495	-0,239
KM.2	-0,010	0,885	-0,120	-0,354	-0,175	0,476	-0,283
KM.3	0,114	0,870	0,041	-0,264	-0,137	0,454	-0,184
M.1	0,564	-0,006	0,894	0,266	0,419	0,144	0,416
M.2	0,625	-0,038	0,908	0,306	0,388	0,134	0,452
M.3	0,574	-0,101	0,908	0,364	0,512	0,117	0,540
N.1	0,196	-0,297	0,284	0,950	0,479	-0,174	0,448
N.2	0,285	-0,383	0,378	0,959	0,521	-0,160	0,498
NS.1	0,170	-0,138	0,258	0,441	0,764	-0,047	0,386
NS.2	0,312	-0,161	0,445	0,435	0,895	-0,054	0,463
NS.3	0,373	-0,168	0,542	0,457	0,882	0,014	0,495
R.1	0,189	0,578	0,138	-0,202	-0,026	0,910	0,088
R.2	0,131	0,455	0,143	-0,183	-0,029	0,924	0,080
R.3	0,098	0,366	0,103	-0,055	-0,037	0,865	-0,005
S.1	0,236	-0,269	0,411	0,456	0,496	0,030	0,894
S.2	0,384	-0,214	0,531	0,441	0,460	0,089	0,910

(Construct Reliability and Validity)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Efikasi Diri	0,883	0,901	0,927	0,809
Kewajiban Moral	0,870	0,874	0,920	0,793
Manfaat	0,888	0,900	0,930	0,817
Niat	0,903	0,910	0,954	0,911
Norma Subyektif	0,803	0,804	0,885	0,721
Religiusitas	0,885	0,925	0,928	0,810
Sikap	0,771	0,775	0,897	0,814

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kewajiban Moral	0,285	0,281
Manfaat	0,021	0,016
Niat	0,343	0,333
Sikap	0,332	0,325

Goodnes of Fit

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Efikasi Diri	600,000	600,000	
Kewajiban Moral	600,000	468,785	0,219
Manfaat	600,000	592,610	0,012
Niat	400,000	281,138	0,297
Norma Subyektif	600,000	600,000	
Religiusitas	600,000	600,000	
Sikap	400,000	301,034	0,247

Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Efikasi Diri -> Niat	0,031	0,035	0,088	0,348	0,728
Kewajiban Moral -> Sikap	-0,237	-0,241	0,065	3,656	0,000
Manfaat -> Sikap	0,511	0,510	0,058	8,771	0,000
Norma Subyektif -> Niat	0,357	0,356	0,077	4,620	0,000
Religiusitas -> Kewajiban Moral	0,534	0,532	0,069	7,754	0,000
Religiusitas -> Manfaat	0,144	0,138	0,085	1,693	0,091
Sikap -> Niat	0,297	0,303	0,096	3,090	0,002

