

## BAB IV

### ANALISIS DATA

Setelah dilakukan penelitian terhadap responden yang pernah membeli atau menggunakan produk CD (program, video, game, audio) baik yang asli maupun bajakan di Universitas Gadjja Mada Yogyakarta sebanyak 100 responden, maka dapat dilakukan analisis data. Sebelum dilakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen pengumpul data. Pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dilakukan untuk menguji kesahihan dan keandalan instrumen penelitian sebelum kuesioner digunakan untuk penelitian sesungguhnya.

#### 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dilakukan untuk menguji kesahihan dan keandalan instrumen penelitian sebelum kuesioner digunakan untuk penelitian sesungguhnya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan sampel 100 eksemplar kuesioner, untuk setiap pertanyaan dalam variabel yang ada dalam kuesioner.

##### - Hasil Uji Validitas Instrumen

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen dapat dilihat bahwa butir pertanyaan untuk variabel Status Konsumsi Konsumen, variabel Sikap

Patuh Hukum, variabel Sikap Legalitas Pembelian CD Bajakan, variabel Harapan Kinerja CD, dan variabel Keinginan Membeli CD Bajakan, semuanya mempunyai nilai total (*Item Total Correlation*) yang lebih besar dari 0,50. Jadi dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dari variabel-variabel instrumen kuesioner tersebut semuanya adalah valid. Hasil pengujian validitas instrumen untuk 100 eksemplar kuesioner dapat dilihat pada lampiran IV.

- *Hasil Uji Reliabilitas Instrumen*

Hasil uji reliabilitas instrumen dari variabel Status Konsumsi Konsumen nilai alpha yang diperoleh 0,9623. Untuk variabel Sikap Patuh Hukum nilai alpha diperoleh 0,9291. Untuk variabel Sikap Legalitas Pembelian CD Bajakan nilai alpha diperoleh 0,8299. Untuk variabel Harapan Kinerja CD nilai alpha diperoleh CD Bajakan 0,9465. Untuk variabel Keinginan Membeli CD Bajakan nilai alpha diperoleh 0,9125. Dari semua pengujian variabel tersebut semua hasil Alpha yang didapatkan lebih besar dari nilai minimal Alpha yaitu 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel-variabel kuesioner tersebut semuanya adalah reliabel. Hasil pengujian reliabilitas instrumen untuk 100 eksemplar kuesioner dapat dilihat pada lampiran IV.

Karena semua hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut semuanya valid dan reliabel maka kuesioner ini layak digunakan kembali untuk memperoleh data-data dari responden.

## 4.2 Analisis Deskriptif

Analisis ini didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari para responden dengan membuat daftar atau tabel deskriptif. Pada bagian ini akan dikemukakan hasil analisis deskripsi yang meliputi profil demografi responden, sikap responden terhadap kualitas pada setiap jenis dan merek CD dan deskripsi masing-masing variabel penelitian.

### 4.2.1 Profil Demografi Responden

Pada bagian ini dilakukan analisis deskriptif terhadap profil demografi responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, yang meliputi jenis kelamin, kelas masyarakat tempat tinggal responden, penghasilan orang tua per bulan, penghasilan/uang saku per bulan, keanggotaan perkumpulan/klub tertentu, pengaruh perkumpulan/klub terhadap gaya/cara hidup, pengaruh perkumpulan/klub terhadap pembelian CD asli atau bajakan, provinsi tempat tinggal responden, pengaruh tradisi daerah terhadap gaya/cara hidup, pengaruh tradisi daerah terhadap pembelian CD asli atau bajakan, agama, pengaruh agama terhadap pembelian CD asli atau bajakan.

Karakteristik tersebut diharapkan dapat memberi gambaran tentang keadaan responden, untuk lebih jelasnya disajikan tabel-tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	42	42%
Wanita	58	58%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.1 di atas diketahui bahwa mayoritas responden penelitian adalah perempuan dengan jumlah 58 orang dan 42 responden sisanya berjenis kelamin laki-laki.

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Kelas Masyarakat Tempat Tinggal Responden**

Kelas Masyarakat	Jumlah	Persen (%)
Masyarakat dengan berbagai macam kelas	39	39%
Masyarakat kelas bawah	11	11%
Masyarakat kelas menengah	31	31%
Masyarakat kelas atas	19	19%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada tabel 4.2 menjelaskan gambaran mengenai kondisi keragaman kelas-kelas masyarakat di tempat tinggal responden. kebanyakan responden tinggal di dalam masyarakat yang memiliki susunan kelas sosial yang heterogen atau tinggal dalam masyarakat dengan berbagai macam kelas sosial yaitu sebanyak (39%), sedangkan jumlah yang paling sedikit berada pada masyarakat kelas bawah yaitu 11 responden atau (11%).

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Penghasilan Orang Tua Responden**

<b>Penghasilan Orang Tua</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
Kurang dari Rp 1.000.000,-	2	2%
Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000,-	10	10%
Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000,-	20	20%
Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000,-	27	27%
Rp 4.000.001 – Rp 5.000.000,-	25	25%
Lebih dari Rp 5.000.000,-	16	16%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada tabel 4.3 dipaparkan gambaran mengenai penghasilan orang tua responden per bulan, dapat diketahui bahwa kebanyakan orang tua responden memiliki penghasilan antara Rp 3.000.000 sampai dengan Rp 4.000.000 per bulan yaitu sebanyak (27%) sedangkan jumlah responden yang orang tuanya memiliki penghasilan kurang dari Rp 1.000.000 hanya (2%).

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Penghasilan/ Uang Saku Responden**

<b>Penghasilan/ Uang Saku</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
Kurang dari Rp 500.000,-	13	13%
Rp 500.001 – Rp 750.000,-	26	26%
Rp 750.001 – Rp1.000.000,-	28	28%
Rp 1.000.001 – Rp1.250.000,-	21	21%
Rp 1.250.001 – Rp1.500.000,-	12	12%
Lebih dari Rp1.500.000,-	0	0
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada tabel 4.4 dapat dilihat deskripsi penghasilan/ uang saku responden per bulan. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang kebanyakan belum memiliki penghasilan sendiri sehingga yang dimaksud dengan penghasilan adalah uang saku yang diberikan orang tua, meskipun ada yang sudah memiliki penghasilan sendiri.

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Status Keanggotaan**  
**Perkumpulan/Klub Responden**

Status Keanggotaan Perkumpulan/Klub	Jumlah	Persen (%)
Ya	56	56%
Tidak	44	44%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada tabel 4.5 dapat dilihat deskripsi status keanggotaan responden pada perkumpulan atau klub. Dari 100 orang responden yang terpilih sebagai sampel penelitian hanya 56 orang yang menjadi anggota pada perkumpulan atau klub tertentu, status keanggotaan responden pada perkumpulan atau klub tertentu, seperti klub olah raga, klub kebugaran, klub pecinta lingkungan.

**Tabel 4.6**  
**Deskripsi Pengaruh Perkumpulan Terhadap**  
**Gaya/Cara Hidup Responden**

Pengaruh Perkumpulan Terhadap Gaya/Cara Hidup	Jumlah	Persen
Setuju	38	67,9
Tidak setuju	18	32,1
<b>Total</b>	56	100,0

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.6 berdasarkan status keanggotaan responden pada perkumpulan atau klub tersebut ditanyakan pula mengenai pengaruh status keanggotaan perkumpulan terhadap gaya/cara hidup responden. diketahui bahwa dari 56 responden yang menjadi anggota pada perkumpulan, 38 orang di antaranya setuju jika status keanggotaan perkumpulan berpengaruh terhadap gaya/cara hidup mereka.

**Tabel 4.7**  
**Deskripsi Pengaruh Perkumpulan**  
**terhadap Pembelian CD**

<b>Pengaruh Perkumpulan terhadap Pembelian CD</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen</b>
Setuju	29	51,8
Tidak setuju	27	48,2
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data Primer – diolah

Berdasarkan Tabel 4.7 Meskipun kebanyakan responden yang menjadi anggota perkumpulan/klub tertentu setuju jika status keanggotaan perkumpulan berpengaruh terhadap gaya/cara hidup, tetapi hanya 29 orang dari 56 responden yang setuju jika status keanggotaan perkumpulan mempengaruhi pertimbangan mereka ketika akan membeli CD asli atau bajakan sedangkan sisanya yang tidak setuju sebanyak 27 orang.

**Tabel 4.8**  
**Deskripsi Pengaruh Tradisi Terhadap Gaya/Cara Hidup**

<b>Pengaruh Tradisi Terhadap Gaya/Cara Hidup</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
Setuju	39	39%
Tidak setuju	61	61%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer – diolah

Pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Tradisi daerah asal atau tempat responden dibesarkan tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap gaya/cara hidup responden, hal itu dapat dilihat dari banyaknya responden yang tidak setuju (61%) dengan pertanyaan yang diajukan pada penelitian ini.

**Tabel 4.9**  
**Deskripsi Pengaruh Tradisi Terhadap Pembelian CD**

Pengaruh Tradisi Terhadap Pembelian CD	Jumlah	Persen (%)
Setuju	25	25%
Tidak setuju	75	75%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa hasil analisis deskriptif kebanyakan 75% responden tidak setuju jika tradisi daerah asal berpengaruh terhadap pertimbangan mereka ketika akan membeli CD asli atau bajakan, mungkin dikarenakan Pembauran dengan masyarakat lokal maupun dengan teman yang berasal dari daerah lain telah mengurangi pengaruh tradisi daerah asal atau tempat responden dibesarkan terhadap gaya/cara hidup responden.

**Tabel 4.10**  
**Deskripsi Agama/Kepercayaan Responden**

Agama	Jumlah	Persen (%)
Islam	76	76%
Kristen	18	18%
Hindu	6	6%
Budha	0	0
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah



Pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa hasil analisis deskriptif menunjukkan mayoritas responden mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta berkeyakinan bahwa agama Islam sebagai penuntun hidup (71%).

**Tabel 4.11**  
**Deskripsi Pengaruh Agama Terhadap Pembelian CD**

<b>Pengaruh Agama Terhadap Pembelian CD</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
Setuju	36	36%
Tidak setuju	61	61%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa hasil analisis deskriptif menunjukkan pula bahwa keyakinan/ agama/ kepercayaan yang dianut sebagai penuntun hidup mereka mempengaruhi pertimbangan responden ketika akan membeli CD asli atau bajakan.

#### **4.2.2 Sikap Responden Terhadap Kualitas Jenis dan Merek CD**

Pada bagian ini dilakukan analisis deskriptif sikap responden terhadap kualitas jenis dan merek CD. Jenis CD meliputi CD Program/Software, CD Video, CD Game dan CD Audio. Untuk lebih jelasnya deskripsi sikap responden terhadap kualitas jenis dan merek CD dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut.

**Tabel 4.12**  
**Deskripsi Sikap Responden Terhadap Kualitas Jenis dan Merek CD**

Jenis dan Merek CD	Sikap Responden			
	Sangat tidak baik	Tidak baik	Baik	Sangat baik
<b>CD Program/Software</b>				
Microsoft Windows	0	17	34	49
McAfee	8	21	41	30
Norton Antivirus	10	23	36	31
ACD See	5	35	41	19
Adobe Reader/Photoshop	0	16	40	44
<b>CD Video</b>				
Disney	0	23	45	32
Warner Bros	0	17	35	48
Paramount	7	31	35	27
MGM	5	26	38	31
Miles Production	6	39	42	13
<b>CD Game</b>				
EA Sport	4	22	28	46
EA Game	0	17	38	45
Konami	13	26	40	21
Edios	9	31	49	11
Ubisoft	8	38	39	15
<b>CD Audio</b>				
Sony BMG	4	26	32	38
Musica	5	28	35	32
Ben-Q	20	25	53	2
Bulletin	9	19	43	29
Aquarius	8	25	35	32

Sumber: Data Primer – diolah

#### 4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui kondisi variabel penelitian dengan cara mengelompokkan nilai rata-rata dari masing-masing variabel ke dalam beberapa kelas interval kategori, yang meliputi kategori

sangat rendah, rendah, cukup tinggi, tinggi dan sangat tinggi. Jarak kelas interval setiap kategori diperoleh melalui rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai maksimum} - \text{Nilai minimum}}{\text{Jumlah kelas interval}}$$

Diketahui bahwa nilai maksimum adalah 4, nilai minimum adalah 1 dengan kelas interval sebanyak 5 maka dapat ditentukan skala distribusi kriteria variabel penelitian sebagai berikut:

- a. Skor rata-rata antara 1,00 – 1,60 = status konsumsi konsumen, sikap patuh hukum, sikap pembelian produk bajakan, harapan atas kinerja produk dan keinginan membeli CD bajakan sangat rendah.
- b. Skor rata-rata antara 1,61 – 2,20 = status konsumsi konsumen, sikap patuh hukum, sikap pembelian produk bajakan, harapan atas kinerja produk dan keinginan membeli CD bajakan rendah.
- c. Skor rata-rata antara 2,21 – 2,80 = status konsumsi konsumen, sikap patuh hukum, sikap pembelian produk bajakan, harapan atas kinerja produk dan keinginan membeli CD bajakan cukup tinggi.
- d. Skor rata-rata antara 2,81 – 3,40 = status konsumsi konsumen, sikap patuh hukum, sikap pembelian produk bajakan, harapan atas kinerja produk dan keinginan membeli CD bajakan tinggi.
- e. Skor rata-rata antara 3,41 – 4,00 = status konsumsi konsumen, sikap patuh hukum, sikap pembelian produk bajakan, harapan atas kinerja produk dan keinginan membeli CD bajakan sangat tinggi.

Berdasarkan kriteria jawaban tersebut maka dapat dijelaskan deskriptif penilaian responden terhadap variabel penelitian yang meliputi status

konsumsi konsumen, sikap patuh hukum, sikap pembelian produk bajakan, harapan atas kinerja produk dan keinginan membeli CD bajakan. Sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Analisis Deskriptif Variabel Status Konsumsi Konsumen**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	3,41 – 4,00	17	17%
Tinggi	2,81 – 3,40	32	32%
Sedang	2,21 – 2,80	26	26%
Rendah	1,61 – 2,20	13	13%
Sangat Rendah	1,00 – 1,60	12	12%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.13 diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel status konsumsi konsumen menunjukkan bahwa rata-rata skor responden terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel status konsumsi konsumen terbanyak masuk kategori tinggi (32%):

**Tabel 4.14**  
**Deskripsi Frekuensi Responden Sadar Status dan Non Sadar Status**

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Non Sadar Status	41	41%
Sadar Status	59	59%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada penelitian ini, variabel status konsumsi konsumen dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu sadar status dan non sadar status,

sebagai batasnya digunakan median antara skor maksimum 4 dan minimum 1 sebesar 2,5. Deskripsi frekuensinya dapat dilihat pada Tabel 4.14 diatas.

**Tabel 4.15**  
**Analisis Deskriptif Variabel Sikap Patuh Hukum**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	3,41 – 4,00	15	15%
Tinggi	2,81 – 3,40	33	33%
Sedang	2,21 – 2,80	23	23%
Rendah	1,61 – 2,20	19	19%
Sangat Rendah	1,00 – 1,60	10	10%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel sikap patuh hukum menunjukkan bahwa rata-rata skor responden terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel sikap patuh hukum berada pada kategori tinggi (33%)

**Tabel 4.16**  
**Analisis Deskriptif Variabel Sikap Pembelian Produk Bajakan**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	3,41 – 4,00	15	15%
Tinggi	2,81 – 3,40	38	38%
Sedang	2,21 – 2,80	23	23%
Rendah	1,61 – 2,20	16	16%
Sangat Rendah	1,00 – 1,60	8	8%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.16 diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel sikap pembelian produk bajakan menunjukkan bahwa rata-rata skor responden terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel sikap pembelian produk bajakan terbanyak masuk kategori tinggi (38%). Sikap pembelian produk bajakan yang tinggi dapat diartikan bahwa responden memiliki sikap yang jelas terhadap kesahan membeli dan menjual produk bajakan.

**Tabel 4.17**  
**Analisis Deskriptif Variabel Harapan Atas Kinerja Produk**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	3,41 – 4,00	8	8%
Tinggi	2,81 – 3,40	11	11%
Sedang	2,21 – 2,80	24	24%
Rendah	1,61 – 2,20	41	41%
Sangat Rendah	1,00 – 1,60	16	16%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.17 diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel harapan atas kinerja produk menunjukkan bahwa rata-rata skor responden terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel harapan atas kinerja produk terbanyak masuk kategori rendah (41%).

**Tabel 4.18**  
**Analisis Deskriptif Variabel Keinginan Membeli CD Bajakan**

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	3,41 – 4,00	18	18%
Tinggi	2,81 – 3,40	30	30%
Sedang	2,21 – 2,80	24	24%
Rendah	1,61 – 2,20	17	17%
Sangat Rendah	1,00 – 1,60	11	11%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.18 diketahui bahwa hasil analisis deskriptif variabel keinginan membeli CD bajakan menunjukkan bahwa rata-rata skor responden terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel keinginan membeli CD bajakan terbanyak masuk kategori tinggi (30%).

Pada hasil analisis deskriptif variabel keinginan membeli CD bajakan dapat diketahui pula kecenderungan perilaku pembelian CD bajakan, jenis CD bajakan apa yang diprioritaskan konsumen untuk dibeli. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.19 berikut:

**Tabel 4.19**  
**Deskripsi Keinginan Membeli CD Bajakan Berdasarkan Jenis CD**

Jenis CD	Prioritas Pembelian			
	1	2	3	4
CD Program/Software	16	19	26	39
CD Video	13	36	28	23
CD Game	8	15	31	46
CD Audio	17	23	39	21

Sumber: Data Primer – diolah

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas diketahui bahwa konsumen cenderung memprioritaskan membeli CD bajakan untuk jenis CD game dan yang kedua adalah CD program/software, sedangkan pembelian CD bajakan untuk jenis CD Video dan CD Audio tidak terlalu diprioritaskan.

### **4.3 Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif yaitu cara menganalisis data dengan menggunakan statistik inferensial yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara atas masalah yang telah dirumuskan, maka harus dilakukan analisis statistik inferensial untuk menguji kebenaran hipotesis yang ada secara ilmiah. Teknik analisis inferensial yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, analisis regresi ganda dan uji t sampel independen, untuk mempermudah langkah-langkah pengujian hipotesis penulis menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 10.

#### **4.3.1 Analisis Regresi Sederhana**

Analisis regresi sederhana digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis pertama, kedua dan ketiga yang menyatakan bahwa:

1. Keinginan konsumen membeli produk bajakan akan berhubungan secara negatif dengan sikap patuh hukum konsumen.
2. Keinginan konsumen membeli produk bajakan akan berhubungan secara negatif dengan sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan.



3. Keinginan konsumen membeli produk bajakan akan berhubungan secara positif dengan harapan kinerja produk bajakan.

Pengujian hipotesis pertama, kedua dan ketiga dengan menggunakan analisis regresi sederhana dilakukan dengan menguji tingkat signifikansi hubungan kausalitas antara variabel independen yang meliputi sikap patuh hukum, sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan, harapan kinerja produk bajakan dan variabel dependen keinginan konsumen membeli produk bajakan secara individual.

a) Uji Hipotesis 1

Analisis regresi sederhana uji hipotesis 1 dengan menggunakan program komputer SPSS versi 10 diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Analisis Regresi Sederhana Hipotesis 1**

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
Konstanta	3,877	16,010	0,000
Kepatuhan Hukum	-0,048	-0,540	0,456
<b>R Square</b>		0,230	

Sumber: Lampiran

Pengujian hipotesis 1 dilakukan dengan melihat nilai koefisien variabel sikap patuh hukum pada Tabel 4.20 yang diperoleh sebesar -0,048 dengan tingkat signifikansi 0,456. Karena tingkat signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05 maka pengaruh negatif sikap patuh hukum terhadap keinginan konsumen membeli produk bajakan tidak signifikan,

sehingga disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan keinginan konsumen membeli produk bajakan akan berhubungan secara negatif dengan sikap patuh hukum konsumen tidak terbukti.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari pengolahan data yaitu sebesar 0,230. Hal ini berarti sikap patuh hukum dapat menjelaskan perubahan keinginan membeli CD bajakan sebesar 23%. Sisanya yaitu sebesar 77% dijelaskan oleh variabel lain.

b) Uji Hipotesis 2

Analisis regresi sederhana uji hipotesis 2 dengan menggunakan program komputer SPSS versi 10 diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.21**  
**Hasil Analisis Regresi Sederhana Hipotesis 2**

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
Konstanta	3,930	15,360	0,000
Sikap Konsumen	-0,048	-0,531	0,682
<b>R Square</b>		0,223	

Sumber: Lampiran

Pengujian hipotesis 2 dilakukan dengan melihat nilai koefisien variabel sikap pembelian produk bajakan pada Tabel 4.21 yang diperoleh sebesar -0,048 dengan tingkat signifikansi 0,682. Karena tingkat signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05 maka pengaruh sikap

pembelian produk bajakan terhadap keinginan konsumen membeli produk bajakan tidak signifikan, sehingga disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan keinginan konsumen membeli produk bajakan akan berhubungan secara negatif dengan sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan tidak terbukti.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari pengolahan data yaitu sebesar 0,223. Hal ini berarti sikap legalitas konsumen dapat menjelaskan perubahan keinginan membeli CD bajakan sebesar 22,3%. Sisanya yaitu sebesar 77,7% dijelaskan oleh variabel lain.

c) Uji Hipotesis 3

Analisis regresi sederhana uji hipotesis 3 dengan menggunakan program komputer SPSS versi 10 diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.22**  
**Hasil Analisis Regresi Sederhana Hipotesis 3**

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikan si
Konstanta	1,136	6,205	0,000
Harapan Kinerja	0,655	8,486	0,000
<b>R Square</b>		0,424	

Pengujian hipotesis 3 dilakukan dengan melihat nilai koefisien variabel harapan kinerja produk bajakan pada Tabel 4.22 yang diperoleh

sebesar 0,655 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05 dan koefisien regresi bertanda positif maka disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan keinginan konsumen membeli produk bajakan akan berhubungan secara positif dengan harapan kinerja produk bajakan telah terbukti.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari pengolahan data yaitu sebesar 0,424. Hal ini berarti harapan kinerja produk dapat menjelaskan perubahan keinginan membeli CD bajakan sebesar 42,4%. Sisanya yaitu sebesar 57,6% dijelaskan oleh variabel lain.

#### **4.3.2 Analisis Regresi Ganda**

Analisis regresi ganda dilakukan untuk membuktikan kebenaran hipotesis keempat menyatakan hubungan kausalitas antara sikap patuh hukum, sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan, harapan kinerja produk bajakan dengan keinginan konsumen membeli produk bajakan secara bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan menguji tingkat signifikansi statistik uji F. Analisis regresi ganda dengan menggunakan program komputer SPSS versi 10 diperoleh hasil Tabel 4.23 berikut.

**Tabel 4.23**  
**Hasil Analisis Regresi Ganda**

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
Konstanta	2,084	3,908	0,000
Sikap patuh hukum	-0,123	-1,290	0,200
Sikap pembelian produk bajakan	-0,112	-1,145	0,255
Harapan kinerja produk bajakan	0,515	4,837	0,000
	<b>F hitung</b>	25,594	0,000
	<b>R Square</b>	0,444	

Sumber: Lampiran

Pada Tabel 4.23 di atas diketahui nilai statistik F sebesar 25,594 dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel-variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen keinginan konsumen membeli produk CD bajakan signifikan. Hasil analisis regresi ganda tersebut telah membuktikan kebenaran hipotesis keempat. Yang menyatakan bahwa sikap patuh hukum, sikap pembelian produk CD bajakan, dan harapan kinerja produk CD bajakan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keinginan membeli produk CD bajakan.

Dari hasil analisis regresi ganda tersebut dapat diketahui pula besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen melalui nilai koefisien determinasi yang diperoleh. Besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,444 diartikan bahwa 44,4% keinginan konsumen

membeli produk CD bajakan dipengaruhi oleh variabel-variabel independen dalam penelitian, sedangkan 55,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang diteliti.

#### 4.3.3 Uji t Sampel Independen

Uji t sampel independen digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis kelima yang menyatakan bahwa tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang memiliki kepedulian status lebih rendah dibanding dengan tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang tidak memiliki kepedulian status.

Hipotesis tersebut dinyatakan terbukti kebenarannya jika terdapat perbedaan yang signifikan rata-rata variabel keinginan membeli produk bajakan antara responden yang sadar status dan non sadar status. Hasil uji t sampel independen dengan menggunakan program komputer SPSS versi 10 ditunjukkan pada Tabel 4.30 berikut.

89879

**Tabel 4.24**  
**Hasil Analisis Uji t Sampel Berpasangan**

Keinginan Membeli CD Bajakan	Rata-rata	Selisih	t hitung	Signifikansi
Non Sadar Status	3,2390	1,0577	11,114	0,000
Sadar Status	2,1514			

Sumber: Data Primer – diolah

Pada Tabel 4.24 ditunjukkan hasil analisis statistik uji t sampel independen, diketahui t hitung sebesar 11,114 dengan tingkat signifikansi

sebesar 0,000 dan rata-rata skor variabel keinginan membeli produk bajakan responden yang non sadar status lebih tinggi daripada sadar status maka disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang memiliki kepedulian status lebih rendah dibanding dengan tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang tidak memiliki kepedulian status telah terbukti.

#### 4.4 Pembahasan

Pada bagian ini diuraikan pembahasan hasil penelitian yang diperoleh. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian, pembahasan ini akan memberikan rincian hasil dari hubungan kausalitas antara variabel independen yang meliputi sikap patuh hukum, sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan, harapan kinerja produk bajakan dan variabel dependen keinginan konsumen membeli produk bajakan, serta pembahasan mengenai perbedaan tingkat keinginan membeli produk bajakan khususnya CD (software, game, video, audio) antara konsumen yang memiliki kepedulian terhadap status dengan konsumen yang tidak memiliki kepedulian terhadap status.

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa di antara ketiga variabel independen yaitu variabel sikap patuh hukum dan sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keinginan konsumen untuk membeli produk CD bajakan ( $\text{sig.} > 0,05$ ), sedangkan pengaruh positif harapan konsumen terhadap

kinerja produk bajakan dengan keinginan konsumen untuk membeli produk CD bajakan signifikan ( $\text{sig.} < 0,05$ ).

Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh negatif sikap patuh hukum dan sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan dengan keinginan konsumen membeli produk bajakan di kalangan mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tidak nyata, artinya tingginya sikap patuh hukum dan sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan tidak diikuti oleh rendahnya tingkat keinginan konsumen membeli produk bajakan. Dan dari hasil analisis deskriptif diketahui bahwa rata-rata skor responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel sikap patuh hukum konsumen berada pada kategori tinggi yaitu (33%) dan sikap konsumen terhadap legalitas pembelian produk bajakan (38%) serta variabel keinginan membeli CD bajakan juga berada pada kategori tinggi (30%).

Dengan kata lain, meskipun seseorang memiliki kesadaran hukum dan sikap ataupun pemahaman konsumen terhadap legalitas pembelian CD bajakan yang cukup tinggi, mereka tetap mempunyai keinginan untuk membeli CD bajakan. Kemungkinan hal ini mengindikasikan bahwa masih minimnya kepedulian konsumen terhadap masalah pembajakan CD, serta kurang tegasnya pemerintah dalam menegakan HaKI. Untuk Alasan ekonomi, khususnya mengenai harga CD asli yang cukup mahal terkadang juga menjadi alasan seseorang untuk membeli produk CD bajakan.

Hubungan kausalitas positif yang signifikan antara harapan konsumen pada kinerja produk bajakan dengan keinginan konsumen untuk membeli CD



bajakan diartikan bahwa semakin terpenuhinya harapan konsumen pada kinerja maupun kualitas CD bajakan akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk CD bajakan.

Hasil pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang memiliki kepedulian status lebih rendah dibanding dengan tingkat keinginan membeli produk bajakan konsumen yang tidak memiliki kepedulian status.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku keinginan membeli konsumen di kalangan mahasiswa Gadjah Mada Yogyakarta pada produk CD bajakan dipengaruhi oleh harapan konsumen pada kinerja produk bajakan, serta kesadaran status konsumen. Meski hasil penelitian ini tidak seluruhnya sesuai dengan hipotesis yang diajukan, namun hasil penelitian ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di masyarakat. Dimana penggunaan ataupun pembelian CD bajakan lebih banyak terjadi dari pada penggunaan CD asli.