

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya Tesis yang berjudul “Pengaruh *Theory of Planned Behavior, Ethics Theory, dan Habit* terhadap *Intention* Penggunaan Produk digital bajakan pada Generasi Milenial”. Tesis ini ditinjukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Dua (Magister Manajemen) Universitas Pelita Harapan, Semanggi.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini tidak akan dapat selesai tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Maka, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu, khususnya kepada:

- 1) Mama dan Papa, serta Kakak yang memberi telah memberikan bantuan, dorongan, moril, material, dan doa kepada Penulis.
- 2) Bapak Dr. Innocentius Bernarto S.T.,M.M.,M.Si.,M.Si selaku Ketua Jurusan Magister Manajemen Program Pasca Sarjana.
- 3) Bapak Niel Nielson, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 4) Bapak Dr. dr. Ferdi Antonio, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, meluangkan waktu dan banyak memberikan masukan dan ilmu, sehingga penulis dapat membuat Tesis ini.
- 5) Semua Dosen yang telah mengajar penulis selama melakukan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan, Semanggi.

- 6) Rekan-rekan di Universitas Pelita Harapan (Lippo Karawaci) dan Universitas Pelita Harapan (Plaza Semanggi) yang membantu, menjadi responden, mendukung dan memberikan perhatian kepada penulis.
- 7) Teman-Teman yang sudah membantu, menjadi responden, doa, memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis (Elizabeth, Megautari, Togar, Hans, Gilbert, Rayendra, Anastasia, Putra, Ivan, Andy, Felix, dan lain-lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu).
- 8) Staf Karyawan dan Tata usaha Jurusan Magister Manajemen di Kampus UPH Semanggi, serta staf karyawan perpustakaan yang telah banyak membantu penulis dalam kegiatan administratif hingga lulus kuliah.
- 9) Semua pihak yang sudah bersedia menjadi responden dan yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa makalah ini belumlah sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari rekan-rekan sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan Tesis ini. Semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak.

Jakarta, 10 Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Pembatasan Penelitian	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
2.2 <i>Ethical Theory</i>	9
2.3 <i>Perceived Benefits</i>	9
2.4 <i>Perceived Risks</i>	10
2.5 <i>Habit</i>	10
2.6 <i>Subjective Norm</i>	10
2.7 Generasi Milenial	11

2.8 Penelitian Terdahulu	11
2.9 Kerangka Berpikir	13
2.8 Hipotesis Penelitian	14
BAB III.....	18
METODE PENELITIAN	18
3.1. Lokasi Penelitian	18
3.2. Objek dan Subjek Penelitian.....	18
3.3. Penentuan Data dan Sumber Data	19
3.4. Definisi Konseptual dan Pengukuran Variabel	19
3.5. Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Metode Penarikan Sampel	24
3.6.1 Penentuan Jumlah Sampel	25
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	25
3.7.1 Uji Validitas.....	26
3.7.1 Uji Reliabilitas	26
3.8 Teknik Analisa Data	26
3.9 Uji Studi Pendahuluan.....	26
3.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas pada <i>Pre-test</i>	28
BAB IV.....	30
ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	30
4.1 Profil Responden	30
4.1.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	31
4.1.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.1.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
4.1.4 Data Responden Berdasarkan Domisili	32
4.1.5 Data Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran.....	32

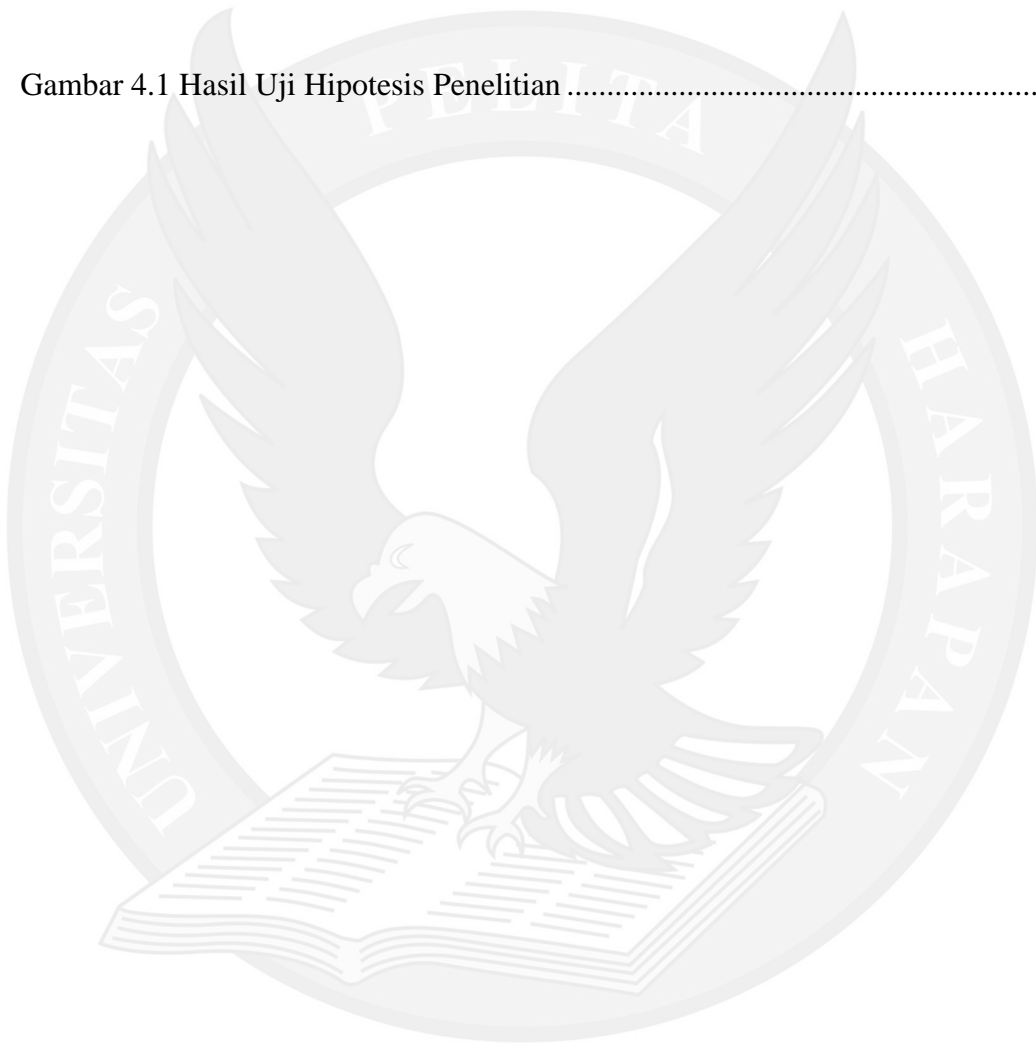
4.1.6 Data Responden Berdasarkan Alat yang paling sering digunakan untuk mengakses internet	33
4.1.7 Data Responden Berdasarkan Waktu dalam Mengakses Internet per Hari	33
4.1.8 Data Responden Berdasarkan Hal yang Paling Sering Dilakukan dalam Mengakses Internet.....	34
4.2 Statistik Deskriptif.....	35
4.3 Hasil Analisis Data	40
4.3.1 Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	40
4.3.2 Hasil Evaluasi Struktural Model.....	43
4.3.3 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	44
4.4 Pembahasan Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	48
4.4.1 H1: <i>Subjective norms</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>intention</i> ..	48
4.4.2 H2: <i>Attitude</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>intention</i>	49
4.4.3 H3: <i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>intention</i>	50
4.4.4 H4 : <i>Moral obligation</i> berpengaruh secara negatif terhadap <i>intention</i> ..	51
4.4.5 H5: <i>Moral obligation</i> berpengaruh secara negatif terhadap <i>subjective norm</i>	52
4.4.6 H6: <i>Justice</i> berpengaruh secara negatif terhadap <i>subjective norm</i>	52
4.4.7 H7: <i>Perceived benefit</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>attitude</i> ..	53
4.4.8 H8: <i>Perceived benefit</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>intention</i> ..	54
4.4.9 H9: <i>Perceived risk</i> berpengaruh secara negatif terhadap <i>attitude</i>	54
4.4.10 H10: <i>Habit</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>attitude</i>	55
4.5 Analisa <i>Direct</i> dan <i>Indirect Effect</i>	56
4.6 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	57

BAB V	61
KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Manajerial.....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Commercial Value</i> dari peredaran produk digital bajakan	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	12
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	14
Gambar 4.1 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	47



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	20
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pre-Test Terhadap 60 Responden	26
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test Terhadap 60 Responden	27
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Domisili.....	31
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran	32
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Media untuk Mengakses Internet	32
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Waktu yang Digunakan untuk Mengakses Internet	33
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Hal yang Paling Sering Dilakukan di Internet	34
Tabel 4.9 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Subjective Norm</i>	34
Tabel 4.10 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Attitude</i>	35
Tabel 4.11 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	35
Tabel 4.12 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Intention</i>	36
Tabel 4.13 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Moral Obligation</i>	36
Tabel 4.14 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Justice</i>	36
Tabel 4.15 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Perceived Benefit</i>	37
Tabel 4.16 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Perceived Risk</i>	37
Tabel 4.17 Data Deskriptif Statistik Variabel <i>Habit</i>	38
Tabel 4.18 Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	39

Tabel 4.19 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	41
Tabel 4.20 Nilai <i>R-square</i>	42
Tabel 4.21 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	43
Tabel 4.22 Hasil Analisis <i>Direct</i> dan <i>Indirect Effects</i>	55
Tabel 4.23 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A JURNAL UTAMA

