

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
2.1.2.1 Niat Berperilaku	18
2.1.2.2 Sikap.....	18
2.1.2.3 Norma subjektif.....	19

2.1.2.4	Kontrol keperilakuan yang dipersepsikan	19
2.1.3	<i>Ethics Theory</i>	20
2.1.3.1	Tanggung jawab moral.....	21
2.1.3.2	Manfaat yang dipersepsikan.....	21
2.1.4	<i>Deterrence Theory</i>	22
2.1.4.1	Ketakutan pada konsekuensi hukum	22
2.1.4.2	Kemungkinan hukuman yang dipersepsikan	23
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Pengembangan Hipotesis	28
2.4	Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Desain Penelitian.....	38
3.2	Metoda Pengumpulan Data	38
3.3	Populasi	39
3.4	Metoda Pengambilan Sampel.....	40
3.4.1	Sampel.....	41
3.4.2	Ukuran Sampel.....	41
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	41
3.5.1	Niat Membajak <i>Video on Demand</i>	42
3.5.2	Sikap terhadap Pembajakan <i>Video on Demand</i>	43
3.5.3	Norma Subjektif.....	43
3.5.4	Kontrol Keperilakuan yang Dipersepsikan	44

3.5.5	Tanggung Jawab Moral.....	45
3.5.6	Manfaat yang dipersepsikan.....	45
3.5.7	Ketakutan pada Konsekuensi Hukum	46
3.5.8	Kemungkinan Hukuman yang Dipersepsikan.....	46
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
3.6.1	Uji Validitas	48
3.6.2	Uji Reliabilitas	52
3.7	Metode Analisis Data.....	54
3.7.1	Uji <i>Goodness of fit</i>	55
3.7.2	Tingkat Signifikansi	57
3.7.3	Prosedur Pengujian Hipotesis	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Deskripsi Responden.....	59
4.2	Statistik Deskriptif	63
4.3	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	66
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis	68
4.5	Pembahasan.....	71
4.5.1	Sikap terhadap pembajakan <i>Video on Demand</i> berpengaruh positif pada niat membajak <i>Video on Demand</i>	71
4.5.2	Norma subjektif berpengaruh positif pada niat membajak <i>Video on Demand</i>	72

4.5.3	Kontrol keperilakuan berpengaruh positif pada sikap terhadap pembajakan <i>Video on Demand</i>	73
4.5.4	Kontrol keperilakuan yang dipersepsikan berpengaruh positif pada niat membajak <i>Video on Demand</i>	73
4.5.5	Tanggung jawab moral berpengaruh negatif pada sikap terhadap pembajakan <i>Video on Demand</i>	74
4.5.6	Tanggung jawab moral berpengaruh negatif pada niat membajak <i>Video on Demand</i>	75
4.5.7	Manfaat yang dipersepsikan berpengaruh positif pada sikap terhadap pembajakan <i>Video on Demand</i>	77
4.5.8	Ketakutan pada konsekuensi hukum berpengaruh negatif pada sikap terhadap pembajakan <i>Video on Demand</i>	79
4.5.9	Kemungkinan hukuman yang dipersepsikan berpengaruh negatif pada sikap terhadap pembajakan <i>Video on Demand</i>	80
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	Simpulan	82
5.2	Implikasi Manajerial	84
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	86
5.4	Saran.....	87
	DAFTAR PUSTAKA	88
	LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Rangkuman Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1. Hasil Uji Validitas Konvergen	49
Tabel 3. 2 <i>Fornell Larckron Criterion</i>	50
Tabel 3. 3 <i>Cross-Loading</i>	51
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 1 Profil Responden	59
Tabel 4. 2 Hasil Statistik Deskriptif	64
Tabel 4. 3 Hasil Uji Ketepatan Model	66
Tabel 4. 4 Hasil Uji <i>R Square</i>	67
Tabel 4. 5 Hasil Uji Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Penjualan Akun Premium Ilegal	5
Gambar 1. 2 Penjualan akun Netflix ilegal	7
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2. 2 Model Penelitian	37