

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to test and analyze the connected assessment of consumer ethics (Actively Benefiting, Passively Benefiting, Deceptive Legal Practices dan No Harm/Indirect Harm) with consumer attitude. This research conducted at Maranatha Christian University Bandung, the individual characteristic which is use women at specialy at age Baby Busters (20 arrived 32 year). Analysis method use is statistical methods is pearson correlation method with SPSS version 12.5. This research instrument is adopted from Vitell & Muncy (1992). Based on the result, conclude that the nothing connected between Passively Benefiting, Deceptive Legal Practices and No Harm/Indirect Harm with attitude consumer.

Keywords : Attitude Consumer, Assessment of Consumer Ethics Actively Benefiting, Passively Benefiting, Deceptive Legal Practices and No Harm / Indirect Harm.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan penilaian etika konsumen (*Actively Benefiting*, *Passively Benefiting*, *Deceptive Legal Practices* dan *No Harm/Indirect Harm*) dengan sikap konsumen. Penelitian ini dilakukan di Universitas Kristen Maranatha Bandung, karakteristik yang digunakan adalah wanita khususnya pada usia *Baby Busters* (20 tahun sampai 32 tahun). Metode analisis yang digunakan adalah metode korelasi pearson dengan menggunakan SPSS 12.5. Instrument penelitian diadopsi dari Vitell and Muncy (1992). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara *Passively Benefiting*, *Deceptive Legal Practices* dan *No Harm /Indirect Harm* dengan sikap konsumen.

Kata kunci : Sikap Konsumen, Penilaian Etika Konsumen *Actively Benefiting*, *Passively Benefiting*, *Deceptive Legal Practices* dan *No Harm / Indirect Harm*.

## DAFTAR ISI

|                             | Halaman    |
|-----------------------------|------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>        | <b>i</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>ii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>      | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b> | <b>xi</b>  |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....    | 1  |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....        | 10 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....          | 12 |
| 1.5 Rerangka Pemikiran .....          | 13 |
| 1.6 Lingkup Penelitian .....          | 14 |
| 1.7 Sistematika Penelitian.....       | 15 |

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA Dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 2.1 Pengertian Pemasaran .....          | 17 |
| 2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran..... | 19 |

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 2.3 Perilaku Konsumen .....                                | 21 |
| 2.3.1 Karakteristik Individu dari Sisi Demografi.....      | 24 |
| 2.4 Sikap.....                                             | 27 |
| 2.4.1 Classical Conditioning dan Operant Conditioning..... | 35 |
| 2.5 Penilaian Etika Konsumen.....                          | 37 |
| 2.6 Pembangan Hipotesis.....                               | 48 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Desain Penelitian.....                                     | 50 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....                       | 51 |
| 3.3 Metode Pengambilan Sampel dan Penentuan Jumlah Sampel..... | 52 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data .....                              | 53 |
| 3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....             | 54 |
| 3.6 Uji Pendahuluan.....                                       | 61 |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                      | 61 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                   | 65 |
| 3.7 Metode Analisis Data.....                                  | 68 |

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| 4.1 Profile Responden.....                        | 70 |
| 4.1.1 Profile Responden Berdasarkan Usia.....     | 71 |
| 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 72 |

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....        | 74 |
| 4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan... | 75 |
| 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....                                 | 77 |
| 4.2.1Hasil Pengujian Hipotesis 1.....                              | 78 |
| 4.2.2Hasil Pengujian Hipotesis 2.....                              | 78 |
| 4.2.3Hasil Pengujian Hipotesis 3.....                              | 79 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....                               | 80 |
| 4.4. Perbandingan Dengan Peneliti Terdahulu.....                   | 90 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 5.1 Simpulan .....             | 91 |
| 5.2 Implikasi Manajerial ..... | 92 |
| 5.3 Batasan Penelitian .....   | 93 |
| 5.4 Saran.....                 | 93 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                   | Halaman |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 Perbedaan Prinsip <i>teleologi</i> , <i>utilitarianisme</i> dan <i>deontologi</i> ..... | 40      |
| Tabel 2.2 Perbedaan Etiket dan Etika.....                                                         | 41      |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran .....                                         | 55      |
| Tabel 3.2 KMO And Bartlett's Test.....                                                            | 63      |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas ( <i>Rotated Component Matrix</i> ).....                            | 64      |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....                                                             | 67      |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasrkan Usia .....                                                  | 71      |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                            | 72      |
| Tabel 4.3 Profile Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                                  | 74      |
| Tabel 4.4 Profile Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan.....                         | 75      |
| Tabel 4.5 Correlations .....                                                                      | 77      |
| Tabel 4.6 Ringkasan Penelitian.....                                                               | 81      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                           | Halaman |
|-------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Rerangka Pemikiran .....       | 13      |
| Gambar 2.1 Model Of Ethical Behavior..... | 45      |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Uji Validitas
- Lampiran 3. Uji Reliabilitas
- Lampiran 4. Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Hipotesis
- Lampiran 6. Jurnal