

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *money ethic* dan religiusitas pada keyakinan etis konsumen. Sampel penelitian ini adalah konsumen dewasa yang sedang bekerja di Indonesia. Hasil penelitian ini hanya menunjukkan pengaruh *money ethic* pada keyakinan etis konsumen sedangkan tidak terdapat pengaruh religiusitas pada keyakinan etis konsumen. Indonesia tercatat sebagai negara agama dengan tingginya orang yang percaya kepada Tuhan. Meskipun demikian faktanya terdapat hasil yang bertentangan dimana individu yang merasa memiliki religiusitas tinggi melakukan perbuatan yang tidak etis. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan masukan dan pengetahuan bagi perusahaan/pihak pemasar mengenai latar belakang konsumen berlaku tidak etis dan juga membantu pihak pemasar membuat strategi bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata Kunci : *money ethic*, religiusitas, keyakinan etis konsumen.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
 BAB II LANDASAN TEORI	 17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	19
2.1.3 Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen	23
2.1.4 Money Ethic sebagai Psikologi Konsumen	25
2.1.5 Subbudaya dan Perilaku Konsumen	29
2.1.6 Pengertian Etika	33
2.1.7 Etika Pemasaran dan Etika Konsumen	35
2.1.8 Definisi Religiusitas	40
2.1.9 Riset Empiris	43
2.2 Rerangka Teori	50
2.3 Rerangka Pemikiran	51
2.4 Pengembangan Hipotesis	52
2.5 Model Penelitian	54
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, dan Ukuran Sampel ...	56
3.3 Definisi Operasional Variabel	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data	67
3.5 Uji Validitas dan Hasil Pengujian Validitas	70
3.6 Uji Reliabilitas dan Hasil Pengujian Reliabilitas	73
3.7 Uji Normalitas dan Hasil Pengujian Normalitas	75
3.8 Uji Multikolinearitas dan Hasil Pengujian Multikolinearitas	76
3.9 Uji Heteroskedastisitas dan Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	78
3.10 Teknik Analisis Data	79

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Profil Responden.....	82
4.1.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	82
4.1.2 Profil responden berdasarkan Usia	83
4.1.3 Profil responden berdasarkan Status	86
4.1.4 Profil responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	86
4.1.5 Profil responden berdasarkan Status Pekerjaan	87
4.2 Hasil Penelitian	88
4.2.1 Data Tabulasi	88
4.2.2 Persamaan Regresi	142
4.2.3 Pengujian Anova	143
4.2.4. Hipotesis 1	144
4.2.5. Hipotesis 2.....	145
4.3. Ringkasan Hasil Penelitian	147
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	147
 BAB V PENUTUP.....	 152
5.1 Simpulan	152
5.2 Implikasi Manajerial	152
5.2 Keterbatasan Penelitian	153
5.3 Saran	153
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN I	
LAMPIRAN II	
LAMPIRAN III	
LAMPIRAN IV	
LAMPIRAN V	
LAMPIRAN VI	
LAMPIRAN VII	
LAMPIRAN VIII	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VIATE)	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	19
Gambar 2.2 Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen	24
Gambar 2.3 Rerangka Teori	50
Gambar 2.4 Rerangka Pemikiran	51
Gambar 2.5 Model Penelitian	54
Gambar 4.1 Ringkasan Hasil Penelitian	147



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Kategori Subbudaya Utama	29
Tabel 2.2. Berbagai Praktik Konsumen yang Tidak Etis	36
Tabel 2.3. Riset Empiris	43
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	60
Tabel 3.2. Skala Likert	68
Tabel 3.3. Hasil Pengujian Validitas	71
Tabel 3.4. Hasil Pengujian Reliabilitas	74
Tabel 3.5. Hasil Pengujian Normalitas	76
Tabel 3.6. Hasil Pengujian Multikolinearitas	78
Tabel 3.7. Hasil Pengujian Heterokedastisitas	79
Tabel 4.1. Jenis Kelamin	83
Tabel 4.2 Usia	83
Tabel 4.3 Status	86
Tabel 4.4. Pendidikan Terakhir	86
Tabel 4.5. Status Pekerjaan	87
Tabel 4.6. Frekuensi Pertanyaan Nomor 1	88
Tabel 4.7. Frekuensi Pertanyaan Nomor 2	89
Tabel 4.8. Frekuensi Pertanyaan Nomor 3	90
Tabel 4.9. Frekuensi Pertanyaan Nomor 4	91
Tabel 4.10. Frekuensi Pertanyaan Nomor 5	92
Tabel 4.11. Frekuensi Pertanyaan Nomor 6	93
Tabel 4.12. Frekuensi Pertanyaan Nomor 7	94
Tabel 4.13. Frekuensi Pertanyaan Nomor 8	95
Tabel 4.14. Frekuensi Pertanyaan Nomor 9	96
Tabel 4.15. Frekuensi Pertanyaan Nomor 10	97
Tabel 4.16. Frekuensi Pertanyaan Nomor 11	98
Tabel 4.17. Frekuensi Pertanyaan Nomor 12	99
Tabel 4.18. Frekuensi Pertanyaan Nomor 13	100
Tabel 4.19. Frekuensi Pertanyaan Nomor 14	101
Tabel 4.20. Frekuensi Pertanyaan Nomor 15	102
Tabel 4.21. Frekuensi Pertanyaan Nomor 16	103
Tabel 4.22. Frekuensi Pertanyaan Nomor 17	104
Tabel 4.23. Frekuensi Pertanyaan Nomor 18	105
Tabel 4.24. Frekuensi Pertanyaan Nomor 19	106
Tabel 4.25. Frekuensi Pertanyaan Nomor 20	107
Tabel 4.26. Frekuensi Pertanyaan Nomor 21	108
Tabel 4.27. Frekuensi Pertanyaan Nomor 22	109
Tabel 4.28. Frekuensi Pertanyaan Nomor 23	110
Tabel 4.29. Frekuensi Pertanyaan Nomor 24	111
Tabel 4.30. Frekuensi Pertanyaan Nomor 25	112
Tabel 4.31. Frekuensi Pertanyaan Nomor 26	113
Tabel 4.32. Frekuensi Pertanyaan Nomor 27	114
Tabel 4.33. Frekuensi Pertanyaan Nomor 28	115

Tabel 4.34. Frekuensi Pertanyaan Nomor 29	116
Tabel 4.35. Frekuensi Pertanyaan Nomor 30	117
Tabel 4.36. Frekuensi Pertanyaan Nomor 31	118
Tabel 4.37. Frekuensi Pertanyaan Nomor 32	119
Tabel 4.38. Frekuensi Pertanyaan Nomor 33	120
Tabel 4.39. Frekuensi Pertanyaan Nomor 34	121
Tabel 4.40. Frekuensi Pertanyaan Nomor 35	122
Tabel 4.41. Frekuensi Pertanyaan Nomor 36	123
Tabel 4.42. Frekuensi Pertanyaan Nomor 37	124
Tabel 4.43. Frekuensi Pertanyaan Nomor 38	125
Tabel 4.44. Frekuensi Pertanyaan Nomor 39	126
Tabel 4.45. Frekuensi Pertanyaan Nomor 40	127
Tabel 4.46. Frekuensi Pertanyaan Nomor 41	128
Tabel 4.47. Frekuensi Pertanyaan Nomor 42	129
Tabel 4.48. Frekuensi Pertanyaan Nomor 43	130
Tabel 4.49. Frekuensi Pertanyaan Nomor 44	131
Tabel 4.50. Frekuensi Pertanyaan Nomor 45	132
Tabel 4.51. Frekuensi Pertanyaan Nomor 46	133
Tabel 4.52. Frekuensi Pertanyaan Nomor 47	134
Tabel 4.53. Frekuensi Pertanyaan Nomor 48	135
Tabel 4.54. Frekuensi Pertanyaan Nomor 49	136
Tabel 4.55. Frekuensi Pertanyaan Nomor 50	137
Tabel 4.56. Frekuensi Pertanyaan Nomor 51	138
Tabel 4.57. Frekuensi Pertanyaan Nomor 52	139
Tabel 4.58. Frekuensi Pertanyaan Nomor 53	140
Tabel 4.59. Frekuensi Pertanyaan Nomor 54	141
Tabel 4.60 Coefficient Keyakinan Etis Konsumen	142
Tabel 4.61 Coefficient Keyakinan Etis Konsumen	143
Tabel 4.62 Anova Keyakinan Etis Konsumen	143
Tabel 4.63 Anova Keyakinan Etis Konsumen	144
Tabel 4.64. Hasil Uji Hipotesis 1	145
Tabel 4.65. Hasil Uji Hipotesis 2	146