

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Buku Bajakan pada Konsumen Muslim di Indonesia = Analysis of Factors that Influence the Purchase Intention to Pirated Books among Muslim Consumers in Indonesia

Syiva Arini Zahra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920566555&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat beli konsumen Muslim terhadap buku bajakan atau e-book ilegal di Indonesia. Dengan menggunakan kerangka teori Theory of Planned Behavior (TPB), penelitian ini mengkaji pengaruh idealisme, relativisme, religiusitas, etika konsumen, kesadaran harga, dan sikap terhadap niat beli konsumen terhadap buku bajakan atau e-book ilegal. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner online yang didistribusikan kepada 218 responden Muslim di Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa idealisme, religiusitas, dan etika konsumen memiliki pengaruh negatif terhadap sikap dan niat beli, sementara relativisme dan kesadaran harga memiliki pengaruh positif.

.....This study aims to analyze the factors that influence Muslim consumers' purchase intention towards pirated books or illegal e-books in Indonesia. Using the Theory of Planned Behavior (TPB) theoretical framework, this study examines the influence of idealism, relativism, religiosity, consumer ethics, price awareness, and attitude on consumers' purchase intention towards pirated books or illegal e-books. A quantitative approach was used in this study, with data collected through an online questionnaire distributed to 218 Muslim respondents in Indonesia aged 17 years and above. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that idealism, religiosity, and consumer ethics have a negative influence on attitudes and purchase intentions, while relativism and price consciousness have a positive influence.