

**ABSTRAK**  
**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI**  
**CD BAJAKAN DAN CD ORIGINAL**

**Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya, Yogyakarta**

**Rusyiaty**  
**UNIVERSITAS SANATA DHARMA**  
**YOGYAKARTA**  
**2006**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan motivasi (rasional dan emosional) antara perilaku konsumsi CD bajakan dan CD original; dan pengaruh motivasi (kebutuhan, rasional, emosional, dan kebiasaan) terhadap perilaku konsumsi CD bajakan dan CD original. Jenis penelitian ini adalah studi kasus terhadap mahasiswa Atma Jaya, Yogyakarta.

Pada penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 untuk konsumen CD bajakan dan 100 untuk konsumen CD original. Kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah mereka yang hanya membeli CD bajakan dan CD original selama tahun 2005-Agustus 2006. Untuk mengetahui perbedaan motivasi (rasional dan emosional) antara perilaku konsumsi CD bajakan dan CD original digunakan analisis varians (ANOVA). Kemudian untuk mengetahui pengaruh motivasi (kebutuhan, rasional, emosional, dan kebiasaan) terhadap perilaku konsumsi CD bajakan dan CD original digunakan uji F untuk keseluruhan variabel penelitian dan uji t untuk masing-masing variabel bebas penelitian terhadap variabel terikat. Pengukuran variabel terikat dalam penelitian ini adalah banyaknya jumlah CD bajakan dan CD original yang dibeli oleh konsumen selama tahun 2005-Agustus 2006.

Berdasarkan hasil olahan SPSS, dengan taraf signifikansi 5% diketahui bahwa ada perbedaan motivasi rasional dan emosional yang signifikan antara perilaku konsumsi CD bajakan dan CD original. Kemudian, dengan taraf signifikansi 5% diperoleh bahwa secara bersama-sama maupun individual motivasi (kebutuhan, rasional, emosional, dan kebiasaan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli CD bajakan dan CD original.

## **ABSTRACT**

# **THE INFLUENCE OF MOTIVATION ON PIRATED VERSUS ORIGINAL COMPACT DISCS CONSUMPTION BEHAVIOR**

## **A Case Study On University Atma Jaya Students, Yogyakarta**

**Rusyati**  
**SANATA DHARMA UNIVERSITY**  
**YOGYAKARTA**  
**2006**

The purposes of this research were to know the difference between rational and emotional motivations underlying pirated versus original compact discs (CD) consumption behavior; and the influence of motivation factors (that is, needs, rational, emotional, and habits) towards pirated and original CDs consumption behavior. This research was a case study conducted on University of Atma Jaya students, Yogyakarta.

The amount of sample of this research was 100 for the pirated CD consumers and 100 for the original CD consumers. Criteria of respondents were those who bought either a pirated or original CD during 2005-August 2006. To know the differences of rational and emotional motivation between pirated versus original CDs consumption behavior, the analysis of variance (ANOVA) was used. Then, to know the influences of motivation on pirated versus original CDs consumption behavior, an F-test for all of the variables and a t-test for each of the independent variables towards dependent variables were used.

Results show that there was a significant difference on rational and emotional motivation between pirated and original CDs consumption behavior ( $p<0.05$ ). Then, results show that motivation (needs, rational, emotional, and habits) had a significant influence on consumers who bought pirated and original CDs. ( $p<0.05$ ).