

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN
DALAM MEMBELI FILM BAJAKAN
(Studi Pada Masyarakat Di Kota Malang)**

Satria Putra Utama
Universitas Islam Malang
Email : satriaputra@unisma.ac.id

Received : June 19 th 2019	Revised : July 17 th 2019	Accepted : Sep 2 th 2019
---------------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------------

ABSTRAK

The development of the Indonesian film industry is indeed unique. The rise of national films marked by the large amount of local film production and increased cinema ticket sales, on the one hand, are colored by a process of mass production that is counterproductive to the development of creativity. One of the biggest problems is the rise of film copyright infringement, especially piracy. The purpose of this study was to analyze and measure the effect of price factors on the interest in buying pirated films in the people of Malang City, and the effect of quality factors on the interest in buying pirated films in the people of Malang City. This type of research is a survey research, which is a study that takes a sample from a population and uses a questionnaire as the main data collection instrument. Thus, this research is categorized as an explanatory research. The number of respondents in this study were 100 people. The research sample was taken using purposive sampling technique. The data collection method used was a questionnaire method, then the data was processed through SPSS software. The analytical tool in this study used linear regression. In this study the variables involved consisted of 2 independent variables (X) namely price, quality and the dependent variable (Y) were buying interests. From the results of the analysis showed that simultaneously the two independent variables above had a significant influence on buying interest. Partial testing gives the conclusion that price, and quality have a significant positive effect on consumer interest in the purchase of pirated films. From the Determination Test (R^2), a result of 0.622 means that 62.2% changes in purchase interest can be explained by changes in all independent variables (price and quality)

Kata kunci : Price Factors, Quality Factors, Buying Interest.

PENDAHULUAN

Salah satu indikator tingkat kemajuan dan kecerdasan suatu bangsa dapat dilihat dari banyaknya penemuan-penemuan di bidang di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Film sebagai sebuah kemajuan di bidang teknologi hiburan, informasi dan penerangan ternyata telah banyak membantu manusia untuk terus memajukan peradabannya dan film sendiri merupakan contoh kemajuan peradaban dari sebuah generasi manusia. Fungsi dasar film yaitu sebagai sarana sebuah hiburan. Dalam film terkandung fungsi informatif maupun edukatif,

bahkan persuasif. Film juga dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building*.

USA mengidentifikasi beberapa negara yang memiliki reputasi buruk terhadap produk bajakan yaitu: Taiwan, South Korea, Hong Kong, Singapore, Thailand, Philippines, Indonesia, Brazil, Colombia, Mexico, and Nigeria. Indonesia merupakan salah satu Negara yang masuk dalam daftar hitam tersebut. Pernyataan ini ditunjang dengan penelitian dari Bush *et al.*, dalam Hidayat (2005), yang telah mengidentifikasi daerah rawan

pembajakan produk yang tampak pada Tabel 1. :

Tabel 1. Daerah Rawan Pembajakan Produk

Negara	Persentase pembajakan
Asia	66%
Eropa	7%
Afrika	1%
Amerika Latin	7%
Amerika Utara	19%

Sumber : Hidayat, 2005

Asia nampaknya menjadi tertuduh utama pelaku pembajakan produk, hal ini dikarenakan beberapa alasan:

1. Beberapa Negara Asia menunjukkan perkembangan pasar yang semakin kuat, seperti China, India, Indonesia, and South Korea (World Bank 1995), dimana populasi dan kemampuan belinya meningkat dengan cepat untuk produk yang dilindungi HKI (Hak Kekayaan Intelektual).
2. Pasar Asia juga menjadi tempat suburnya para pembajak memasarkan produknya. Dengan kata lain, Asia dianggap sebagai sarang pembuatan dan pemasaran produk pelanggaran HKI terburuk di dunia (Pendegrastet *al.*, dalam Hidayat 2005).

Banyaknya pembajakan di bidang Hak Cipta menjadikan Indonesia sebagai surge bagi para pembajak sehingga pemegang Hak Kekayaan Intelektual (HKI) banyak yang dirugikan. Hal tersebut diungkapkan oleh Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Departemen Kehakiman dan HAM Abdul Bari Azed.

Pembajakan/penggandaan film secara ilegal tidak dapat dipandang sempit hanya dari satu sisi negatif. Ada beberapa dimensi permisif yang menyebabkan “penghalalan” tindakan tersebut, antara lain:

1. Pembajakan adalah bentuk “perlawanan rakyat”, khususnya lapisan bawah terhadap harga film

asli yang harganya terlampau mahal sehingga melemahkan daya beli. Masyarakat berpedoman: “Selama masih bisa dihemat mengapa harus membeli yang mahal?”.

2. Orang membeli film bajakan karena film orisinal biasanya baru keluar beberapa bulan setelah filmnya diputar di bioskop. Bagi masyarakat kalangan menengah keatas di perkotaan, akses menonton bioskop barangkali tak menjadi masalah, namun sebagian masyarakat golongan “tak sabaran” yang sensitive harga dan minim akses, membeli film bajakan karena ingin cepat-cepat menonton filmnya. Pada kenyataannya, golongan “sensitive harga” atau “tak punya waktu ke bioskop” ini jumlahnya lebih banyak.
3. Film bajakan adalah “nyawa” bagi pedagang kaki lima (beberapa diantaranya pedagang besar dengan gerai khusus, seperti di pusat perbelanjaan). Menjual film bajakan bagi mereka adalah satu-satunya usaha yang dianggap mampu menyambung hidup sehari-hari, termasuk untuk anak-istri, sehingga bagaimanapun pihak kepolisian yang masih melestarikan “budaya kekeluargaan” juga mempunyai pertimbangan lain untuk menggelar razia setiap hari.
4. Produsen film bajakan akan melakukan eksploitasi dan komersialisasi HKI apabila biaya produksi marjinal untuk produk-produk film yang bermuatan HKI jauh lebih kecil dari harga jual. Kompetisi usaha yang tidak sehat dan adanya permintaan dan daya beli yang tinggi, merupakan pendorong utama dilakukannya eksploitasi dan komersialisasi HKI. (<http://bincangmedia.wordpress.com>, 2010).

Beberapa dimensi tersebut membuat masyarakat merasa kurang memiliki “rasa bersalah” ketika melakukan pelanggaran dengan

membeli film bajakan. Kenyataan yang diperoleh di lapangan tidak kalah mengejutkan bahwa memang benar terdapat banyak stan(toko) di beberapa mall besar yang justru menjual film bajakan secara terbuka dengan kisaran hargaRp. 8.000,-sampai dengan 9.000,-per keping film bajakan.

Fenomena ini didukung dengan pengamatan langsung pra survey. Setelah diamati di Kota Malang terdapat 10 penjual film bajakan yang tersebar di Kota Malang, di Malang Town Square (Matos) terdapat 2 penjual dengan nama

Flamboyan dan Zeus, di Mall Olympic Garden (MOG) terdapat 2 penjual dengan nama toko Flamboyan DVD yang memiliki 2 toko dan Obama DVD, Pasar Besar terdapat 4 penjual kaki lima, di pertokoan SISWA terdapat 1 penjual kaki lima, di Pecinan terdapat 2 penjual kaki lima, di Jalan Karya Timur terdapat 1 penjual dengan nama Winner DVD, serta 2 penjual film bajakan kaki lima bertempat di Pasar Bunul Malang. Frekuensi konsumen mengunjungi toko-toko yang menjual film bajakan disajikan pada Tabel 2 dibawah:

Tabel 2. Rata-rata Kunjungan Harian Toko Film Bajakan Di Kota Malang

Toko Film Bajakan Di Kota Malang	Rata-rata Kunjungan (Senin-Jumat)	Rata-rata Kunjungan (Sabtu-Minggu)
Flamboyan (Matos)	40-50 orang per hari	40-75 orang per akhir pekan
Flamboyan (MOG)	40-70 orang per hari	50-100 orang per akhir pekan
Obama DVD (MOG)	40-70 orang per hari	40-75 orang per akhir pekan
Penjual Kaki Lima I (Pasar Besar)	10-30 orang per hari	25-40 orang per akhir pekan
Penjual Kaki Lima II (Pasar Besar)	10-30 orang per hari	25-40 orang per akhir pekan
Penjual Kaki Lima III (Pasar Besar)	10-30 orang per hari	25-40 orang per akhir pekan
Penjual Kaki Lima IV (Pasar Besar)	10-30 orang per hari	25-40 orang per akhir pekan
Penjual Kaki Lima (SISWA)	20-30 orang per hari	25-40 orang per akhir pekan
Penjual Kaki Lima I (Pecinan)	5-20 orang per hari	5-20 orang per akhir pekan
Penjual Kaki Lima II (Pecinan)	10-20 orang per hari	5-20 orang per akhir pekan

Sumber : Data Pra Survey, 2017

Adanya beberapa fenomena ini semakin diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Hidayat (2005) bahwa ada beberapa faktor penyebab kegiatan pembajakan ini tumbuh subur, yaitu:

1. Masih rendahnya tingkat kesejahteraan kehidupan rata-rata masyarakat, baik dari penjual maupun dari pembeli. Ini dapat di lihat pada alasan dan tujuan dari kegiatan membuat dan membeli produk bajakan. Umumnya produk bajakan merupakan merupakan kebutuhan sekunder. Masyarakat tentu akan melirik produk yang harganya jauh lebih murah. Bagi pembajak jelas menghasilkan uang dengan jumlah yang sangat besar. Biasanya para pembajak berkedok memproduksi CD dan VCD legal. Produksi CD dan VCD yang legal

hanya sedikit sementara CD dan VCD bajakan diproduksi dengan jumlah yang besar.

2. Kurangnya pengetahuan masyarakat atas hukum, khususnya hukum tentang Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual (HAKI). Masyarakat tidak sadar bila melakukan pelanggaran atas hukum tersebut karena mereka merasa tidak melakukan kekerasan atau perampasan terhadap seseorang. Hal yang di lakukan hanya membeli produk murah dengan kualitas yang bisa diterima masyarakat, sehingga masyarakat merasa tidak melakukan kesalahan karena mereka membeli dan bukan mencuri atau merampas benda orang lain. Karena kurang pedulinya masyarakat akan hukum sehingga mereka tidak sadar bila

- mereka membeli barang hasil jiplakan atau penggandaan.
3. Mentalitas aparat juga menjadi faktor yang dapat menumbuhkan suburkan kegiatan pembajakan CD dan VCD bajakan beredar. Masih seringnya terjadi kongkalikong, suap, sogok, dan lain-lain antara aparat dengan pelaku sehingga masalah ini tidak pernah akan selesai dan akan terus berputar seperti lingkaran setan.
 4. Peran pemerintah dalam menanggulangi kegiatan pembajakan ini bila dinilai masih sangat dangkal, hanya menyentuh pada permukaan saja. Pemerintah lebih sering melakukan razia pada pedagang pengecer, sementara para bos yang memodali pembajakan dalam skala besar tidak tersentuh.
 5. Budaya atau karakteristik bangsa Indonesia juga menjadi peranan penting yang mempengaruhi industri pembajakan ini terus berlangsung. Umumnya masyarakat kurang menghargai atas suatu karya seni, sehingga nilai suatu seni sangat rendah di mata masyarakat. Hanya sedikit masyarakat kita yang mengerti akan nilai suatu karya seni. Masyarakat juga lebih mementingkan ego pribadi, dengan mengeluarkan sedikit uang mengharapkan mendapat sesuatu dengan harga murah tanpa memikirkan nilai dan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksinya.
 6. Sifat mementingkan kesejahteraan pribadi juga merupakan faktor yang dapat menumbuhkan suburkan kegiatan pembajakan. Umumnya ini terjadi pada pengusaha yang memproduksi CD dan VCD secara legal. Dikarenakan sifat ingin memperkaya diri sendiri, mereka hanya memproduksi CD dan VCD legal dengan jumlah sedikit sementara produksi CD dan VCD ilegal diproduksi secara besar-besaran.

Dalam terminology internasional, istilah pembajakan produk bermacam-

macam. Misalnya: *counterfeiting, piracy, imitation, grey product dan softlifting*. Secara umum, pembajakan produk didefinisikan sebagai upaya mengkopi/memalsu produk, bungkus dan konfigurasi yang berkaitan dengan produk tersebut, sehingga seperti produk aslinya, serta memasarkannya untuk keuntungan sendiri (Lynch dalam Hidayat, 2005).

Penjelasan di atas menjadi dasar dipilihnya faktor harga dan faktor kualitas dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli film bajakan di Kota Malang. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan pentingnya faktor harga dan faktor sosial yang mempengaruhi sikap dan minat konsumen terhadap keputusan membeli dari suatu produk tertentu dalam penelitian ini adalah produk film bajakan. Untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap pembelian film bajakan, maka penelitian ini penting dilakukan. Sehingga berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan faktor harga terhadap minat pembelian film bajakan di Kota Malang?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan faktor faktor kualitas terhadap minat pembelian film bajakan di Kota Malang?

TINJAUAN PUSTAKA

Price (Harga)

Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut mengembangkan produk baru, memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mendapat kontrak kerja baru. Perusahaan harus menentukan dimana akan memposisikan produknya berdasarkan mutu dan harga.

Menurut Basu (2001:211) harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan

sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) harga adalah "jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk." Sedangkan menurut Ali Hasan (2008:298) "konsep harga bagi konsumen adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing." Harga merupakan alat yang digunakan oleh pemasar untuk memberikan penilaian terhadap suatu produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga :

1. Keadaan Perekonomian
Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.
2. Penawaran dan Permintaan
Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Sedangkan penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu.
3. Elastisitas Permintaan
Sifat permintaan pasar yang tidak tentu dapat mempengaruhi penentuan harga sehingga mempengaruhi volume penjualan.
4. Persaingan
Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Banyaknya penjual dan pembeli akan mempersulit penjual untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain.
5. Biaya
Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu

tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian.

6. Tujuan Perusahaan
Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya.
7. Pengawasan Pemerintah
Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan tersebut dapat berbentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

Product (Produk)

Seringkali barang diartikan sebagai kumpulan atribut dan sifat kimia yang secara fisik dapat diraba dalam bentuk yang nyata. Dalam tinjauan yang mendalam, sebenarnya barang itu tidak hanya meliputi atribut fisik saja, tetapi juga mencakup sifat non fisik seperti harga, nama penjual dan sebagainya.

Menurut Basu Swastha (2001:165) produk/barang adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya,

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) produk adalah "kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran." Sedangkan menurut Ali Hasan (2008:274) "produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan."

Minat Membeli

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 2001). Mehta (1994) mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen dalam melakukan pembelian.

Pengertian minat beli menurut Howard (1994, dalam Durianto dan Liana, 2004) adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang.

Minat menurut Fishbein dan Ajzen (1975) merupakan bagian dari sikap yang bisa dibedakan berdasarkan sumber munculnya minat yaitu perilaku (behavior), sasaran (target), situasi dan waktu.

Schiffman dan Kanuk (2007) menyatakan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap objek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli produk atau

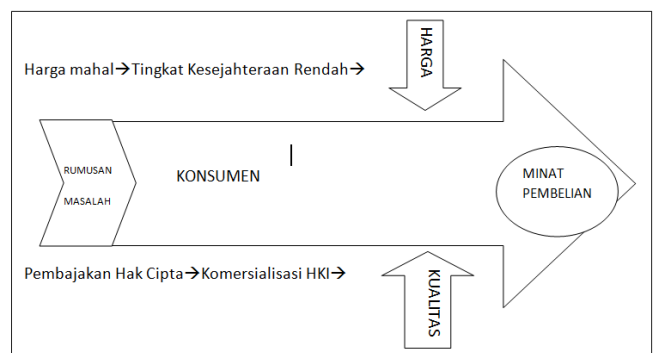
merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bekerja dengan angka, datanya berwujud bilangan, dianalisis menggunakan statistik untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lainnya (Creswell et al., 2003). Hal tersebut diakibatkan karena variabel yang diteliti bersifat kualitatif, maka pengumpulan data dalam penelitian menggunakan pendekatan persepsional. Metode statistik SPSS 23.0 (*statistical Product and Service Solutions*) sebagai program yang digunakan dalam menganalisis data.

Penelitian ini juga didukung dengan pendekatan kualitatif, untuk menemukan penjelasan mengenai hubungan antar variabel dari hasil analisis pendekatan kuantitatif. Berdasarkan subansi masalah dalam penelitian ini, maka penelitian ini bersifat kausalitas, yang bertujuan untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara variabel faktor harga dan kualitas terhadap minat membeli film bajakan.

Fishbone Diagram



Gambar 1. Diagram Fishbone

Metode Analisis Data

Penelitian ini menganalisis hubungan antara variabel sebagai

anteseden dari minat membeli, untuk itu data yang dibutuhkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diolah dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk keperluan analisis dalam mencari pemecahan masalah (Uma Sekaran, 2003). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil respon penyebaran kuisisioner kepada masing-masing responden. Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan atau data yang diperoleh dari peneliti yang terdahulu, data yang diterbitkan dalam jurnal-jurnal dan informasi yang tersedia baik dalam maupun luar organisasi yang dapat digunakan dalam penelitian ini (Uma Sekaran, 2006). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada seluruh masyarakat kota Malang, untuk menjawab pernyataan-pernyataan variabel minat membeli film bajakan..

HASIL

Pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah hasil pengolahan data sampel dapat diterapkan untuk populasi. Menurut Husein Umar (2003:80), hipotesis adalah suatu pernyataan yang kedudukannya belum sekuat proposisi atau dalil, yang berfungsi sebagai pegangan sementara atau jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya di dalam kenyataan (*empirical verification*), percobaan (*experimentation*) atau praktek (*implementation*).

Sehingga dalam perhitungan didapatkan hasil statistik sebagai berikut:

$$Y = 0,515 X_1 + 0,354 X_2$$

$$Y = \text{Minat pembelian film bajakan}$$

$H_1 = 0,515$ artinya faktor harga berpengaruh positif terhadap minat pembelian film bajakan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh faktor harga maka minat dalam membeli film bajakan semakin besar juga. Secara substansial hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator terkuat yang mendukung variabel faktor

harga terhadap minat pembelian film bajakan adalah kesadaran akan nilai produk.

Kesadaran akan nilai produk yang merupakan kesediaan konsumen untuk membayar dengan harga yang lebih rendah mencerminkan perhatian konsumen untuk harga yang dibayar terhadap kualitas yang diterima dalam pembelian. Disini responden memperhatikan mutu film bajakan yang meliputi kualitas gambar, suara serta teks dengan harga yang murah. Berdasarkan persepsi menunjukkan bahwa responden lebih berminat terhadap film bajakan daripada film original karena dengan harga murah tetapi sudah mendapatkan kualitas selayaknya kualitas film original, harga film original yang masih mahal saat ini yang membuat responden tidak mampu untuk membelinya sehingga responden memutuskan untuk membeli yang bajakan yang jauh lebih murah tetapi kualitas sama seperti film original.

Hasil ini sesuai dengan hipotesis pertama, dimana faktor harga berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian film bajakan, maka hal ini menandakan bahwa Hipotesis 1 diterima.

$H_2 = 0,354$ artinya faktor kualitas berpengaruh positif terhadap minat pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh faktor kualitas maka minat dalam membeli film bajakan semakin besar juga. Secara substansial hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator terkuat yang mendukung variabel faktor kualitas terhadap minat pembelian film bajakan adalah kesamaan produk.

kualitas produk, pada saat ini kualitas gambar film bajakan sudah memiliki kesamaan dengan kualitas gambar film original dan kualitas suara sudah memiliki kesamaan dengan kualitas suara film original, ini membuat responden lebih berminat terhadap film bajakan karena responden berpikir untuk apa membeli film original apabila kualitas gambar dan suara yang

ditawarkan juga bisa dinikmati pada film bajakan dengan harga yang jauh lebih murah. Fasilitas produk, fasilitas berupa bonus tambahan dari film bajakan seperti pembuatan film atau adegan yang terhapus memiliki kesamaan dengan bonus tambahan yang ada pada film original. persepsi ini membuat responden merasa film bajakan yang bernilai jual lebih murah mempunyai kesamaan fasilitas dengan yang ditawarkan pada film original, sehingga responden cenderung lebih berminat terhadap film bajakan.

Hasil ini sesuai dengan hipotesis kedua dimana faktor kualitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian film bajakan, maka hal ini menandakan bahwa Hipotesis 2 diterima.

Kedua hasil hipotesis ini juga menunjukkan adanya perilaku konsumen yang menyimpang, karena produk yang jelas-jelas merupakan produk ilegal yang melanggar hukum dan merugikan banyak pihak tetap dibeli dan masih diminati oleh masyarakat hingga saat ini, sehingga bisa disimpulkan etika konsumen dalam melakukan pembelian mengalami penurunan.

KESIMPULAN

1. Faktor Harga mendorong minat pembelian film bajakan. Hal ini menunjukkan bahwa kepekaan terhadap informasi, kesadaran akan nilai produk, dan integritas memberikan kontribusi bagi konsumen terhadap minat dalam membeli film bajakan.
2. Faktor Kualitas mendorong minat pembelian film bajakan. Artinya, kepuasan pribadi, kesenangan, dan pengakuan masyarakat menjadi pertimbangan saat memutuskan untuk berminat membeli film bajakan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Edisi 4 Jilid 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta

Jurnal

Deswindi, L. 2007. Kecepatan Tingkat Penerimaan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Lama Yang Mengalami Perubahan Dan Produk Inovasi Baru Dalam Upaya Memasuki Dan Merebut Pasar. *Business & Management Journal Bunda Mulia*, vol.3, no.2.

Hidayat, Anas., Mizerski, Katherine. 2005. 'Pembajakan Produk: Problema, Strategi dan Antisipasi Strategi'. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol.1, No.10, Hal. 95-122.

Internet

Daniel H.t, 2013, DVD Bajakan: Bisnis Ilegal yang Dilegalkan Pemerintah, Betapa Besar Potensi Pajak yang Hilang, [http.kompasiana.com](http://kompasiana.com), diunduh tanggal 3 Juli 2013, pukul 11:10 Wib

Pembajakan di Indonesia. Bincangmedia. wordpress.com 2010. diakses tanggal 4-7-2013 pada pukul 13:18 WIB.