BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Peter J. Paul dan Jerry C Olson menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi perilaku dan kejadian di sekitar lingkungan dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka.[1]

Sedangkan menurut Mangkunegara perilaku konsumen merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.[2] Sedangkan menurut Kotler dan Keller Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.[3]

Dari kedua definisi di atas dapat diketahui bahwa ada dua substansi dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan

---

[1] Peter J. Paul dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi ke Empat, Jilid I, (Jakarta: Erlangga, 2006), 6.

[2] Mangkunegara, A.P, *Perilaku Konsumen,* Edisi Revisi, Cetakan Keempat, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), 4.

[3] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, (Alih Bahasa, Bob Sabran), (Erlangga: Jakarta, 2008), 166

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan kegiatan fisik yang melibatkan *value* (nilai), mendapatkan serta mempergunakan barang dan jasa secara ekonomis. Dengan singkat kata bahwa perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku individu atau konsumen dalam makna tindakan yang bernilai ekonomis yaitu yang digunakan untuk mendapatkan barang dan jasa.

2. Fakor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku permintaan konsumen terhadap barang dan jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya: pendapatan , selera konsumen, dan harga barang, di saat kondisi yang lain tidak berubah *(cateris paribus)* perilaku konsumen ini didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menjelaskan bagaimana seseorang dengan pendapatan yang diperolehnya dapat membeli berbagai barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan tertentu sesuai dengan apa yang diharapkan.[4]

Sedangkan menurut Philip Kotler perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:[5]

a. Faktor budaya

Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yng mana faktor budaya ini terdiri dari budayadan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar.

---

[4] Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2000), 42.

[5] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: IKAPI, 2000), 183.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kelas sosial adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor sosial

Faktor sosial dipengaruhi oleh: kelompok acuan, keluarga, dan status sosial.[6]

1) Kelompok acuan: seseorang terdiri dari semua kelompok yeng memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut
2) Keluarga: merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota para keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh
3) Peran dan tatus sosial: peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status

c. Faktor Pribadi

Karakteristik tersebut meliputi[7]

1) Usia dan tahap siklus hidup: orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya.
2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi
3) Gaya hidup: pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya.

[6] Ibid,. 187.
[7] Ibid., 191.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang terbedakan yang manghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Konsep diri ada 3 yaitu konsep diri aktual (memandang dirinya seperti apa), konsep diri ideal (memandang dirinya ingin seperti apa), konsep diri orang lain (manganngap orang lain memandang dirinya seperti apa).

d. Faktor Psikologis

Pilihan membeli seserang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yait:[8]

1) Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sndiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya diasakan. Kebuuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya, motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.[9]

2) Persepsi Konsumen

---

[8] Ibid,.196.

[9] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Peneraanya dalam Pemasaran,* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Persepsi konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya.[10]

3) Sikap Konsumen

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

3. Teori Tindakan Beralasan *(Theory of Reasoned Action)*

Teori perilaku rencanaan diperkenalkan oleh Icek Ajzen melalui artikelnya *"From Intention to Actions: a Theory of Planned Behavior."* Teori ini dikembangkan dari teori tindakan beralasan, yang juga diperkenalkan oleh Icek Ajzen dan koleganya Martin Fishbein pada tahun 1975. Teori tindakan beralasan dan teori perilaku

[10] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 179.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rencanaan adalah sebuah teori yang didesain untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku dalam konteks yang spesifik.[11]

Teori tindakan beralasan menjelaskan bahwa minat merupakan sebuah fungsi dari dua penentu dasar yang berhubungan dengan faktor pribadi dan pengaruh social. [12] Faktor pribadi dalam konteks teori ini adalah sikap individu terhadap perilaku, sedangkan pengaruh sosial yang dimaksud adalah norma subyektif. Teori tindakan beralasan berlaku bagi individu yang memiliki kebebasan dalam memilih tindakan yang akan dilakukan. Dua faktor penentu dasar dari intensi dalam teori perilaku rencanaan sama dengan model asli dalam teori tindakan beralasan. Dua faktor tersebut adalah sikap seseorang berhubungan dengan suatu perilaku dan normanorma subyektif. Sikap ke arah suatu perilaku merupakan penilaian positif atau negatif dari seseorang terhadap perilaku tertentu yang akan dibentuknya. Norma-norma subyektif adalah keyakinan normatif seseorang dan motivasi untuk patuh dengan pihak-pihak tertentu. Kombinasi dari sikap terhadap perilaku dan norma subyektif inilah yang membentuk minat individu terhadap perilaku.[13]

Secara umum, teori perilaku rencanaan menyatakan bahwa semakin besar dukungan sikap dan norma subyektif berhubungan dengan perilaku, semakin kuat intensi seseorang untuk melakukan

---

[11] Ajzen,I, *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Process…,* 50.

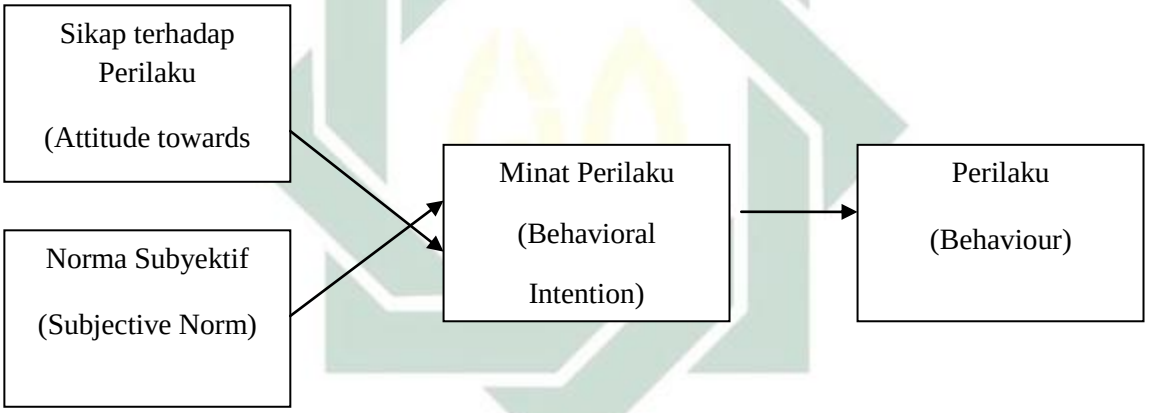
[12] Jogiyanto Hartono, *Sistem Informasi Keperilakuan, Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Andi, 2007), 57.

[13] Ibid., 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu perilaku. Semakin besar kendali perilaku persepsian yang dirasakan seseorang terhadap suatu perilaku, semakin kuat intensi seseorang untuk melakukan perilaku yang dipertimbangkan.[14]

Keyakinan seseorang dalam menyukai/tidak menyukai suatu tindakan dikombinasikan dengan persepsinya terhadap ekspektasi orang-orang di sekitarnya terhadap tindakan tersebut akan membentuk minat seseorang dalam melakukan tindakan itu. Model teori tindakan beralasan dalam membentuk perilaku diilustrasikan dalam gambar di bawah ini:



Gambar 2.1 Model Tindakan Beralasan

Variabel perilaku etis dalam penelitian ini dapat memerankan komponen sikap terhadap perilaku. Perilaku etis yang dilakukan memiliki dan memberikan hal yang baik bagi diri seseorang. Hal ini pun muncul berdasarkan pertimbangan seseorang atas apa yang dinilainya baik dan

[14]Ajzen,I, *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Process,*…179

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

benar. Perilaku etis yang dibentuk membuat seseorang mengetahui apa yang seharusnya dilakukan, dalam hal ini *whistleblowing.*

Variabel sosialisasi dalam penelitian ini memerankan komponen norma subyektif. Sosialisasi mengandung ekspektasi dari para pengguna laporan keuangan bahwa kegiatan sosialisasi tenytang sistem *whistleblowing* seharusnya mampu memberikan informasi yang dapat dipercaya.Oleh karena itu variabel sosialisasi ini diproksikan dengan pentingnya informasi tengtang sistem *whistleblowing* bagi mahasiswa. Mahasiswa yang memahami pentingnya sosialisasi nantinya akan menimbulkan rasa peduli akan pelanggaran dan termotivasi untuk menjadi seorang *whistleblower.*

2. Sosialisasi

Berger mendefinisikan sosialisasi sebagai *"a process by which a child learns to be a participant member of society".* Artinya "proses belajar dari seorang anak untuk menjadi anggota di dalam masyarakatnya".[15] Wright mendefinisikan sosialisasi sebagai proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan (sampai tingkat tertentu) norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang itu untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain. Sosialisasi tidak bersifat sekaligus atau

[15] Kamanto Sunarto*, Pengantar Sosiologi,* (Medan: FISIP USU, 1993), 36.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

total, dalam arti merupakan proses yang terus berlangsung, bergerak dari waktu ke waktu.[16]

Perlu digaris bawahi bahwa sosialisasi dalam hal ini sama halnya dengan promosi atau edukasi produk, sama seperti sosialisasi yang ada pada Dirjen Pajak. Kegiatan Sosialisasi Perpajakan diatur dalam Peraturan Dirjen Pajak No: Per-03/PJ/2013 tentang Pedoman Penyuluhan Perpajakan. Istilah Sosialisasi tidak digunakan dalam peraturan tersebut, istilah yang digunakan adalah istilah yang mempunyai arti sama yaitu Penyuluhan. Dalam peraturan tersebut disebutkan mengenai pengertian Penyuluhan Perpajakan yaitu "Penyuluhan Perpajakan adalah suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan kepada masyarakat, dunia usaha, dan lembaga pemerintah maupun non-pemerintah" [Pasal 1 ayat (1)]. [17]

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi merupakan suatu upaya untuk memberikan informasi, pemahaman dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Kegiatan penyuluhan dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan perpajakan, serta

---

[16] Ibid., 36.

[17] Dirjen Pajak, "*Peraturan Dirjen Pajak No: Per-03/PJ/2013 tentang Pedoman Penyuluhan Perpajakan*".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengubah perilaku masyarakah agar semakin memahami, sadar, dan peduli dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajibannya.

Menurut E Kurniawati dalam Samudera, dalam melakukan sosialisasi perlu adanya strategi dan metode yang tepat dalam mengaplikasikan dengan baik yaitu sebagai berikut:[18]

a) Publikasi *(Publication)*

Publikasi merupakan strategi kegiatan yang dilakukan melalui media komunikasi baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media elektronik seperti radio dan televisi.

b) Kegiatan *(Event)*

Strategi kegiatan dilakukan dengan melibatkan institusi pajak pada penyelenggaraan aktivitas-aktivitas tertentu yang berhubungan dengan program peningkatan kesadaran masyarakat akan perpajakan pada acara-acara tertentu. Misalnya: kegiatan olahraga, hari-hari libur nasional dan lain sebagainya.

c) Pemberitaan *(News)*

Strategi pemberitaan dalam hal ini mempunyai pengertian khusus yaitu menjadi institusi menjadi bahan berita dalam arti positif, sehingga menjadi sarana promosi yang efektif. Dengan pemberitaan yang positif akan mendorong masyarakan lebih simpatik terhadap institusi dan mau melaksanakan kewajibannya. Namun apabila institusi menjadi bahan berita yang buruk seperti

[18] E Kurniawati, *"Pengaruh Sosialisasi dan Sanksi Perpajakan Secara Bersama-Sama Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak"*, (Skripsi—Universitas Negeri Semarang, 2014), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kasus Gayus Tambunan yang melakukan korupsi atas dana pajak maka kepercayaan masyarakat terhadap institusi juga akan rendah dan mereka enggan untuk melaksanakan kewajiban pajaknya.

Whistleblowing dapat disosialisasikan dalam bentuk berita kepada mahasiswa, sehingga mahasiswa dapat lebih cepat menerima informasi tentang *whistleblowing*

d) Keterlibatan Komunitas *(Community Involvement)*

Melibatkan komunitas baik dalam organisasi intra maupun ekstra mahasiswa pada dasarnya adalah cara untuk mendekatkan institusi dengan mahasiswa, budaya Indonesia masih menghendaki adat ketimuran untuk bersilaturahmi dengan tokoh-tokoh setempat.

Salah satu bentuk keterlibatan komunitas adalah institusi ikut serta berperan aktif dalam kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa.

e) Pencantuman Identitas *(Identity)*

Berkaitan dengan pencantuman logo otoritas instansi terkait pada berbagai media yang ditujukan sebagai sarana promosi. Dengan adanya logo di berbagai media maka akan membentuk *mindset* positif pada mahasiswa mengenai institusi.

f) Pendekatan Pribadi *(Lobbying)*

Pengertian *Lobbying* adalah pendekatan pribadi yang dilakukan secara informal untuk mencapai tujuan tertentu. Pendekatan pribadi ini dapat dilakukan dengan menjalin komunikasi yang baik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan mahasiswa selaku *agent of change and social control* agar mereka dapat mendiskusikan berbagai hal dengan institusi dan institusi mempunyai peluang lebih besar untuk menyampaikan informasi tentang *whistleblowing*.

Indikator yang digunakan untuk mengukur sosialisasi adalah indikator menurut E kurniawati dalam Hendarsyah yaitu:[19]

1. Penyuluhan

   Bentuk sosialisasi yang diselenggarakan melalui berbagai media, baik media elektronik, seperti televisi dan radio, melalui media cetak, seperti brosur dan surat kabar, maupun secara langsung yaitu dengan melakukan seminar atau dialog interaktif dengan mahasiswa.

2. Informasi langsung dari tokoh, dosen atau guru besar

   Salah satu bentuk sosialisasi yang dilakukan dengan lebih menekankan pada komunikasi antar pihak-pihak yang terkait dengan *whistleblowing* yaitu pihak yang dianggap memiliki pengaruh atau dipandang oleh mahasiswa sekitarnya sehingga diharapkan mampu memberi penjelasan yang lebih baik.

3. Informasi langsung dari petugas *whistleblowing*

   Bentuk penyampaian informasi dari petugas bersangkutan (fiskus) secara langsung kepada mahasiswa mengenai *whistleblowing*. Pihak internal instansi yang notabene di bawah

[19] Ibid., 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

naungan Kementerian Agama menyediakan seksi Pengawasan dan Konsultasi (Waskon) yang bertugas memberikan informasi perpajakan yang dibutuhkan dan memberikan layanan konsultasi kepada mahasiswa.

4. Pemasangan *billboard*

   Sosialisasi yang dilakukan dengan memasang spanduk atau *banner* di tempat-tempat yang strategis dan mudah dilihat oleh mahasiswa. Berisi pesan singkat, bisa berupa pernyataan, kutipan perkataan maupun slogan yang mudah dimengerti dan menarik sehingga mampu menyampaikan tujuannya secara tepat.

5. *Website*

   Bentuk sosialisasi yang dilakukan melalui media sosialisasi yang dapat diakses dengan internet setiap saat dengan cepat dan mudah serta informasi yang diberikanpun sangat lengkap, akurat, terjamin kebenarannya dan *up to date.*

   Kajian teori dari beberapa ahli mengenai sosialisasi telah dipaparkan di atas. Berdasarkan teori-teori tersebut, penelitian ini akan menggunakan indikator sosialisasi dalam penelitian Hendarsyah pada 2009. Indikator sosialisasi perpajakan dalam penelitian Hendarsyah pada 2009 akan dikembangkan menjadi butiran pernyataan dalam kuesioner.[20]

[20] Ibid., 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Perilaku Etis

a) Pengertian Perilaku Etis

Dari segi etimologi(ilmu asal-usul kata), etika berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang berarti watak kesusilaan atau adat.[21] Dalam Kamus Umum Bahas Indonesia, etika diartikan ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (noral).[22] Dari pengertian kebahasaan ini terlihat bahwa etika berhubungan dengan upaya menentukan tingkah laku manusia.

Adapun arti etika dari segi istilah telah dikemukakan para ahli dengan ungkapan yang berbeda-beda sesuai dengan sudut pandangnya. Ahmad Amin misalnya mengartikan etika adalah ulmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat. [23]

Menurut Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert pengertian "etika" merupakan keyakinan mengenai tindakan yang benar dan yang salah, atau tindakan yang baik dan yang buruk, yang mempengaruhi hal lainnya. Nilai-nilai dan moral pribadi perorangan dan konteks sosial menentukan apakah

---

[21] Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika,* (Jakarta: Rajawali Pers, 1980), 13.

[22] W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), 278.

[23] Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak), (terj. K.H. Farid Ma'ruf, dari judul asli, al-Akhlaq),* (Jakarta: Bulan Bintang, 1983), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu perilaku tertentu dianggap sebagai perilaku yang etis atau tidak etis.

Perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum sehubungan dengan tindakan-tindakan yang benar dan baik. Perilaku etis ini dapat menentukan kualitas individu (mahasiswa) yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diperoleh dari luar yang kemudian menjadi prinsip yang dijalani dalam bentuk perilaku. Faktor-faktor tersebut adalah:[24]

1) Pengaruh budaya organisasi

   Budaya organisasi merupakan sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dari organisasi yang lain. Dengan demikian budaya organisasi adalah nilai yang dirasakan bersama oleh anggota organisasi yang diwujudkan dalam bentuk sikap perilaku pada organisasi.

2) Kondisi politik

   Kondisi politik merupakan rangkaian asas atau prinsip, keadaan, jalan, cara atau alat yang akan digunakan untuk mencapai tujuan. Pencapaian itu dipengaruhi oleh perilaku-perilaku insan/individu atau kelompok guna memenuhi hak dan kewajibannya.

[24] Ricky Griffin dan Ronald J. Ebert, *Bisnis Edisi Kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Perekonomian global

Perekonomian global merupakan kajian tentang pengurusan sumber daya materian individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Perekonomian global merupakan suatu ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan atau distribusi. Sebagian besar perusahaan memiliki kode etik untuk mendorong para karyawan berperilaku secara etis. Terlebih instansi pendidikan memiliki Tri Darma Perguruan Tinggi. Namun, kode etik saja belum cukup sehingga pihak instansi, baik dosen maupun dosen harus menetapkan standar etika yang tinggi agar tercipta lingkungan pengendalian yang efektif dan efisien.

b) Prinsip-prinsip Etis

Terdapat beberapa prinsip etis, antara lain:[25]

1) Tanggung Jawab

Dalam mengemban tanggungjawabnya sebagai profesional, para anggota harus melaksanakan pertimbangan

[25] Alvin A. Arens dkk, et al., *Auditing dan Jasa Assurance,* Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2006), 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

professional dan moral yang sensitif dalam semua aktivitas mereka.

2) Kepentingan Publik

Para anggota harus menerima kewajiban untuk bertindak sedemikian rupa agar dapat melayani kepentingan publik, serta menunjukkan komitmennya dan profesionalnya.

3) Integritas

Untuk mempertahankan dan memperluas kepercayaan publik, para anggota harus melaksanakan seluruh tanggung jawab profesionalnya dengan tingkat integritas tinggi.

4) Objektivitas dan Independensi

Anggota harus mempertahankan objektivitas dan bebas dari konflik kepentingan dalam melaksanakan tanggung jawab profesionalnya.

5) Keseksamaan

Anggota harus mempertahankan standar teknis dan etis profesi, terus berusaha keras meningkatkan kompetensi dan mutu jasa yang diberikannya, serta melaksanakan tanggung jawab professional serta sesuai dengan kemampuan terbaiknya.

6) Ruang Lingkup dan Sifat Jasa

Anggota yang berpraktik bagi publik harus memperhatikan prinsip-prinsip Kode Perilaku Profesional dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan ruang lingkup dan sifat jasa yang akan disediakan.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh H Puspitasari Himaya Ayu, indikator-indikator perilaku etis adalah sebagai berikut:

1) Memahami dan mengenali perilaku sesuai kode etik yaitu mengikuti kode etik profesi, jujur dalam menggunakan dan mengelola sumber daya di dalam lingkup atau otoritasnya, dan memastikan bahwa apa yang dilakukan itu tidak melanggar kode etik.
2) Melakukan tindakan yang konsisten dengan nilai dan keyakinan yaitu melakukan tindakan yang konsisten dengan nilai dan keyakinan, berbicara tentang ketidaketisan meskipun hal itu akan menyakiti kolega atau teman dekat dan jujur dalam berhubungan dengan orang lain.
3) Bertindak berdasarkan nilai dan norma meskipun sulit untuk melakukan itu yaitu secara terbuka mengakui telah melakukan kesalahan, berterus terang dalam segala hal.
4) Bertindak berdasarkan nilai dan norma walaupun ada resiko atau biaya yang cukup besar yaitu mengambil tindakan atas perilaku orang lain yang tidak etis, meskipun ada resiko yang signifikan untuk diri sendiri dan pekerjaan, bersedia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mundur atau menarik produk/jasa karena praktek bisnis/kinerja yang tidak etis.

2. Niat

Niat adalah keinginan untuk melakukan perilaku tertentu. Menurut Iman Arisudana niat merupakan komponen dalam diri individu yang mangacu pada keinginan untuk melakukan suatu perilaku, sedangkan perilaku adalah tindakan nyata dari keinginan berperilaku tersebut. Niat dapat berubah menurut waktu [26]

Konsep *Theory Planned Behavior*menjelaskan bahwa suatu perilaku akan dilakukan jika individu memiliki keinginan ataupun rencana untuk melakukannya. Semakin kuat keinginan tersebut, maka akan semakin kuat niat tersebut untuk menampilkan suatu perilaku.[27] Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa niat adalah keinginan atau rencana seseorang untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan tertentu.

Niat seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor tersebut adalah sebagai berikut:[28]

a) Sikap, Jogiyanto mendefinisikan sikap sebagai tanggapan dan keyakinan seseorang terhadap sesuatu yang bersifat menguntungkan atau kurang menguntungkan untuk melakukan perilaku yang akan ditentukan. Apabila seseorang

[26] Jogiyanto Hartono, *Sistem Informasi KeperilakuanEdisi Revisi*, (Yogyakarta: Andi, 2007),57.
[27] Ibid., 29.
[28] Ibid., 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menganggap bahwa sesuatu bersifat menguntungkan baginya maka orang tersebut akan berniat melakukan hal tersebut, begitu pula sebaliknya.

b) Norma Subjektif adalah pengaruh atau tekanan dari pihak luar terhadap individu untuk menampilkan suatu perilaku tertentu.[29] Pihak luar atau pemberi acuan yang berpandangan bahwa apabila suatu hal akan memberikan manfaat bagi seseorang maka mereka akan memberikan saran untuk melakukan hal tersebut.

c) Kontrol Perilaku Persepsian adalah kemudahan atau kesulitan seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Niat sesorang untuk berperilaku ditentukan oleh bagaimana ia mempersepsikan tingkat kemudahan atau kesulitan untuk berperilaku.[30] Jika seseorang menganggap suatu hal mudah untuk dijalani maka akan meningkatkan niat seseorang untuk menjalani hal tersebut, begitu pula sebaliknya.

d) Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk menyimpulkan atau menerangkan kembali terhadap suatu objek yang dipahami.[31] Jika seseorang memahami dengan baik suatu hal, ini akan memperkuat niatnya untuk melakukan hal tersebut, begitu pula sebaliknya

---

[29] Ibid., 42.

[30] Ibid., 63.

[31] Suharsimi Arikunto, *Dasar–Dasar Evaluasi Pendidikan (edisi revisi),* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 119.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Nilai Intrinsik. Nilai Intrinsik berkaitan dengan kepuasan seseorang ketika melakukan pekerjaan. Jika seseorang memiliki anggapan bahwa suatu hal akan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi maka ia akan berniat untuk melakukan hal tersebut

Penelitian ini berfokus pada faktor sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian, pemahaman dan nilai intrinsik sesuai dengan konsep TPB serta tingkat pemahaman mahasiswa mengenai *whistleblowing* yang diduga juga memiliki pengaruh terhadap niat mahasiswa untuk tindakan *whistleblowing.*

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terkait telah dilakukan, antara lain sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Syaifa Rodiyah mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah yang berjudul "Pengaruh Sifat *Machiavellian,* Lingkungan Etika dan *Personal Cost* Terhadap Intensi Melakukan *Whistleblowing",* yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sifat *machiavellian,* lingkungan etika dan personal cost terhadap intensi melakukan *whistleblowing* di beberapa perusahaan yang menerapkan *whistleblowing system* diantaranya PT Pertamina Persero, PT PLN, PT Jasa Marga Persero, PT Asuransi Indonesia, PT Sewatama dan PT Pegadaian di wilayah Jakarta. Jumlah sampel sebanyak 6 perusahaam, dengan kuesioner yang disebarkan sebanyak 129 respondendan jumlah kuesioner yang kembali sebanyak 105 buah dengan kuesioner yang dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dioleh sebanyak 97 responden, dikarenakan sisanya tidak dapat diolah dikarenakan tidak memenuhi criteria sebagai sampel. Variabel yang digunakan yaitu sifat *machiavellian,* lingkungan etika, *personal cost*dan *intense.* Penelitian ini menggunakan data primer dari kuesioner.Data dianalisi menggunakan regresi berganda yang pengolahannya melalui SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat *Machiavellian* dan lingkungan etika berpengaruh terhdap intense melakukan *whistleblowing* .sedangkan*personal cost* tidak berpengaruh terhadap intense melakukan *whistleblowing.*[32]

Perbedaan penelitian tersebut dengan proposal ini terletak pada variabel bebas dan objek penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan variabel Sifat *Machiavellian,* Lingkungan Etika dan *Personal Cost*dan objek penelitiannya di PT Pertamina Persero, PT PLN, PT Jasa Marga Persero, PT Asuransi Indonesia, PT Sewatama dan PT Pegadaian di wilayah Jakarta sedangkan pada proposal ini menggunakan variabel sosialisasi dan perilaku etis beserta objek penelitian seluruh mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan persamaan antara penelitian dengan proposal ini adalah terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan penghitungan data sama-sama menggunakan SPSS.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Vredy Octaviari Nugroho mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul "Pengaruh

[32] Syaifa Rodiyah, *Pengaruh Sifat Machiavellian, Lingkungan Etika dan Personal Cost Terhadap Intensi Melakukan Whistleblowing..,* 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Persepsi Karyawan Mengenai *Whistleblowing System* Terhadap Pencegahan *Fraud* Dengan Perilaku Etis Sebagai Variabel *Intervening* Pada PT Pagilaran". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi karyawan mengenai *whistleblowing system* terhadap pencegahan fraud dengan perilaku etis sebagai variabel intervening.Penelitian merupakan jenis penelitian kausal komparatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja pada PT Pagilaran.Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh karyawan Kantor Direksi PT Pagilaran. Sebelum penelitian dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen yang melibatkan 30 karyawan PT. Perkebunan Tambi Wonosobo. Alat uji prasyarat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas dan uji heteroskesdastisitas. Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis) dan Uji Sobel (Sobel Test). Hasil uji hipotesis menunjukkan: (1) Persepsi Karyawan Mengenai Whistleblowing System berpengaruh signifikan positif terhadap Pencegahan Fraud, hal ini dibuktikan dengan nilai probabilitas signifikansi 0,004 (< t tabel (2,042).[33]

Perbedaan penelitian tersebut dengan proposal ini terletak pada variabel bebas dan objek penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan

[33] Vredy Octaviari Nugroho, "Pengaruh Persepsi Karyawan Mengenai Whistleblowing System Terhadap Pencegahan Fraud Dengan Perilaku Etis Sebagai Variabel Intervening Pada PT Pagilaran", (Skripsi--Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel Persepsi Karyawan dan objek penelitiannya di Kantor Direksi PT Pagilaran beserta perilaku etis sebagai Variabel *Intervening*, sedangkan pada proposal ini menggunakan variabel sosialisasi dan perilaku etis beserta objek penelitian seluruh mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan persamaan antara penelitian dengan proposal ini adalah terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kuantitatif (kausal komparatif) dan penghitungan data sama-sama menggunakan SPSS.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Risti Merdikawati mahasiswi Universitas Diponegoro Semarangdengan judul "Hubungan Komitmen Profesi dan Sosialissi Antisipatif Mahasiswa Akuntansi Dengan Niat *Whistleblowing*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan komitmen profesi dan sosialisasi antisipatif mahasiswa akuntansi strata satu di tiga universitas teratas di Jawa Tengah dan D. I. Yogyakarta terhadap niatan *whistleblowing.* Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan pada 287 mahasiswa strata satu jurusan akuntansi di Universitas Diponegoro, Universitas Sebelas Maret dan Universitas Gadjah Mada. Tingkat komitmen profesi dan sosialisasi antisipatif responden tampak pada statistik deskriptif. Nilai rata-rata sesungguhnya jauh melampaui nilai rata-rata teoritis. Untuk menguji ada tidaknya hubungan komitmen profesi dan sosialisasi antisipatif terhadap niatan whistleblowing dilakukan Uji Korelasi *Spearman.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat komitmen profesi dan sosialisasi antisipatif yang tinggi memandang whistleblowing sebagai hal yang penting dan memiliki kecenderungan untuk melakukan whistleblowing[34]

Perbedaan penelitian tersebut dengan proposal ini terletak pada variabel bebas dan objek penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan variabel Komitmen Profesi dan Sosialissi Antisipatif dan objek penelitiannya adalah mahasiswa akuntansi strata satu di tiga universitas teratas di Jawa Tengah dan D. I. Yogyakarta sedangkan pada proposal ini menggunakan variabel sosialisasi dan perilaku etis beserta objek penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan persamaan antara penelitian dengan proposal ini adalah terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan penghitungan data sama-sama menggunakan SPSS.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Erwan Suryono Universitas Diponegoro Semarang dengan judul "Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Intensi Pegawai Negeri Sipil Untuk Mengadukan Pelanggaran (*Whistleblowing)".* Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi: (a) faktor yang mempengaruhi perilaku pegawai negeri sipil untuk melakukan whistleblowing, dan (b) pengaruh program reformasi birokrasi pemerintah terhadap intensi perilaku pegawai negeri sipil untuk

[34] Risti Merdikawati, "Hubungan Komitmen Profesi dan Sosialissi Antisipatif Mahasiswa Akuntansi Dengan Niat *Whistleblowing",* (Skripsi--Universitas Diponegoro Semarang, 2012), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan whistleblowing. Penelitian ini berdasarkan teori *reasoned action* dengan variabel penelitiannya ialah norma subyektif, sikap, dan intensi whistleblowing. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan sampel 293 responden. Responden penelitian ini adalah pegawai negeri sipil pada kementerian/lembaga yang sudah dan belum menerapkan reformasi birokrasi. Data dianalisis menggunakan teknik statistik *partial least square* berbantukan software SmartPLS 2.0 yang dikombinasikan dengan uji *two-independent-samples t-test*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel norma subyektif berpengaruh positif terhadap variabel sikap dan intensi. Namun, variabel sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi whistleblowing. Selain itu, diketahui bahwa tidak ada perbedaan signifikan atas norma subyektif, sikap, dan intensi *whistleblowing* antara pegawai negeri sipil pada kementerian/lembaga yang sudah menerapkan reformasi birokrasi dengan pegawai negeri sipil pada kementerian/lembaga yang belum menerapkan reformasi birokrasi.[35]

Perbedaan penelitian tersebut dengan proposal ini terletak pada variabel bebas dan objek penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan variabel Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif dan objek penelitiannya adalah pegawai negeri sipil pada kementerian/lembaga yang sudah dan

[35] Erwan Suryono, "*Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Intensi Pegawai Negeri Sipil Untuk Mengadukan PElanggaran (Whistleblowing)",* (Skipsi—Universitas Diponegoro Semarang, 2014), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

belum menerapkan reformasi birokrasi, sedangkan pada proposal ini menggunakan variabel sosialisasi dan perilaku etis beserta objek penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya. Perhitungan dengan menggunakan *SmartPLS 2.0*, sedangkan pada proposal ini dengan SPSS. Sedangkan persamaan antara penelitian dengan proposal ini adalah terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel terikatnya tentang niat.

Penelitian selanjutnya oleh R Dimas Arief Yulianto dengan judul "Pengaruh Etika, Komitmen Profesional, dan Sensitivitas Terhadap *Whistleblowing".* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh Orientasi Etika Idealisme terhadap Whistleblowing; (2) pengaruh Orientasi Etika Relativisme terhadap Whistleblowing; (3) pengaruh Komitmen Profesional terhadap Whistleblowing; (4) pengaruh Sensitivitas Etis terhadap Whistleblowing, (5) pengaruh Orientasi Etika, Penghargaan Komitmen Profesional, dan Sensitivitas Etis secara bersama-sama terhadap Whistleblowing. Sampel penelitian ini adalah auditor yang bekerja pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) Perwakilan Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Uji coba instrumen menggunakan metode uji coba terpakai. Uji validitas menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment,* sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

heteroskedastisitas. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana, dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian: (1) Orientasi Etika Idealisme berpengaruh secara positif terhadap Whistleblowing, ditunjukkan dengan persamaan regresi Y = 33,243 + 0,382X1, nilai koefisiensi regresi 0,382, t hitung 2,312, r 2 sebesar 0,147; (2) Orientasi Etika Relativisme berpengaruh secara negatif terhadap Whistleblowing, ditunjukkan dengan persamaan regresi Y = 59,143 + 0,349X2, nilai koefisiensi regresi 0,349, t hitung -2,437, r 2 sebesar 0,161; (3) Komitmen Profesional berpengaruh secara positif terhadap Whistleblowing, ditunjukkan dengan persamaan regresi Y = 28,597 + 0,997X3, nilai koefisiensi regresi 0,997, t hitung 3,120, r 2 sebesar 0,239; (4) Sensitivitas Etis berpengaruh secara positif terhadap Whistleblowing, ditunjukkan dengan persamaan regresi Y = 35,749 + 0,799X3, nilai koefisiensi regresi 0,799, t hitung 2,461, r 2 sebesar 0,163; (5) Orientasi Etika Idealisme, Orientasi Etika Relativisme, Komitmen Profesional, dan Sensitivitas Etis secara simultan berpengaruh terhadap Whistleblowing, ditunjukkan dengan persamaan regresi Y = 21,395 + 0,223 X1 – 0,205 X2 + 0,672 X3 + 0,669 X4, dengan signifikansi 0,001, dan R 2 sebesar 0,403.[36]

Perbedaan penelitian tersebut dengan proposal ini terletak pada variabel bebas dan objek penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan variabel Etika, Komitmen Profesional, dan Sensitivitas dan objek

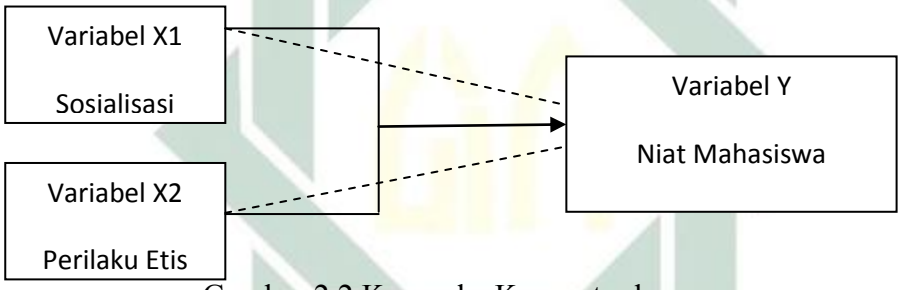
[36] R Dimas Arief Yulianto, *"Pengaruh Etika, Komitmen Profesional, dan Sensitivitas Terhadap Whistleblowing"*, (Skripsi--Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitiannya adalah auditor yang bekerja pada Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) Perwakilan Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan pada proposal ini menggunakan variabel sosialisasi dan perilaku etis beserta objek penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan persamaan antara penelitian dengan proposal ini adalah terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan penghitungan data sama-sama menggunakan SPSS.

C. Kerang ka Konseptual

Berdasarkan teori yang dijelaskan di atas, maka kerangka konsptual digambarkan seperti di bawah ini:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka Berpikir

Keterangan:

———— = hubungan simultan

---------- = hubungan parsial

D. Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan hipotesis untuk menyimpulkan sementara hasil penelitian. Adapun hipotesisnya daalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Hipotesis kedua sosialisasi dan perilaku etis secara parsial terhadap niat mahasiswa adalah:

   Ho = sosialisasi dan perilaku etis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa

   H_1= sosialisasi dan perilaku etis secara simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa.

2. Hipotesis pertama sosialisasi dan perilaku etis secara simultan terhadap niat mahasiswa adalah:

   Ho = sosialisasi dan perilaku etis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat mahasiswa

   H_1= sosialisasi dan perilaku etis secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat mahasiswa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id