

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara langsung dari sikap konsumen dan norma subyektif terhadap minat beli untuk membeli produk shampo clear dan rejoyce. Konsumen yang dimaksud adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengetahui atau menggunakan produk shampo clear dan rejoyce.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode convenience sampling. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan alat kuosioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa a) Terdapat perbedaan keyakinan konsumen bahwa membeli shampo clear dan Rejoyce menimbulkan akibat tertentu, b) Terdapat perbedaan keyakinan normative bahwa kelompok atau seseorang referen berfikir bahwa sebaiknya konsumen tidak membeli shampo clear dan Rejoyce, c) Terdapat perbedaan pengaruh positif keyakinan konsumen dan evaluasi baik secara individu maupun serempak terhadap sikap konsumen, d) Terdapat pengaruh positif keyakinan normatif dan motivasi untuk mengikuti referen baik secara individu maupun secara serempak terhadap norma subyektif, e) Atribut-atribut norma subyektif yang terdapat pada shampo rejoyce lebih berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : Keyakinan konsumen, evaluasi, sikap, keyakinan normative, motivasi, norma subyektif, minat beli.