

**PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP NIAT BELI
MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN POTENSIAL PRODUK SABUN
MUKA LIFEBOUY CLEAR SKIN**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta**



**Disusun oleh:
AGUNG SETYAWAN
2004 041 0037**

**FAKULTAS EKONOMI, JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI
PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP NIAT BELI
MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN POTENSIAL PRODUK SABUN
MUKA LIFEBOUY CLEAR SKIN

Diajukan oleh

AGUNG SETYAWAN

2004.041-0037

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal

Yang terdiri dari

Fajarwati, S.E., M.Si.

Ketua Tim Penguji

Winarso, Drs., M.M.

Anggota Tim Penguji

Dra. Tri Maryati, M.M.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

NIK: 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Agung Setyawan

Nomor Mahasiswa : 2004 041 0037

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “ Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Sabun Muka Lifebuoy Clear Skin” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan

MOTTO

➤ **Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan sesuatu Umat. Sehingga mereka merubah sifat-sifat yang ada pada diri mereka sendiri. (Al Qur'an Surat Arro'du ayat 11).**

➤ **Memilih adalah sesuatu yang wajar, tapi kadangkala memilih juga merupakan sesuatu yang salah...! Pilihan yang tepat adalah sesuatu hal yang diinginkan setiap "Insan".**

Bagaikan takdir yang ingin diubah, tercipta sebuah harapan dari sesuatu yang terpilih. Pertahankan dan jagalah sesuatu yang telah kamu pilih. Maka sesungguhnya kamu telah memperoleh apa yang kamu inginkan.

➤ **There's only 3 day in life**

Yang pertama : Hari kemarin (past).

Yang kedua : Hari esok (future).

Yang ketiga : Hari ini (present).

Cintailah seseorang sepenuh hati hari ini karena mungkin besok cerita sudah berganti. Ingatlah bahwa anda menunjukkan penghargaan pada orang lain bukan karena siapa mereka, tetapi karena siapakah diri anda sendiri. Jadi jangan biarkan masa lalu mengekangmu atau masa depan membuatmu bingung, lakukan yang terbaik HADILAH dan lakukan SEKADANG juga!!!!!!

PERSEMBAHAN

Dengan rahmat Allah S.W.T. dan junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W. terciptalah skripsi ini yang kupersembahkan kepada:

1. **Ayah Bunda**, sebagai ucapan terima kasihku yang telah memberikan dorongan serta nasehat-nasehat yang berharga di dalam studyku.
2. **Adikku** yang tersayang di rumah yang telah memberikan bantuan serta do'a demi terselesaikan study di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. **Teman-temanku** yang budiman, pokoknya buat semuanya aja deh terima kasih atas segala dukungan dan bantuannya. Semoga persahabatan kita tetap

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara langsung dari sikap konsumen dan norma subyektif terhadap niat beli untuk membeli produk sabun muka Lifebuoy Clear Skin. Konsumen yang dimaksud adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengetahui atau menggunakan produk sabun muka Lifebuoy Cleare Skin.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode convenience sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan alat kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa a) sikap dan norma subyektif konsumen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap niat beli, b) sikap konsumen secara parsial berpengaruh terhadap niat beli, dan c) norma subyektif secara parsial berpengaruh terhadap niat beli.

Kata kunci : sikap, norma subyektif, niat beli

ABSTRACT

This Research aims to analyses the influence directly of consumer's attitude and subjective norm to intention of buy the skin soap product Lifebuoy Clear Skin. Consumers are students of Muhammadiyah University Yogyakarta who know it or using skin soap product Lifebuoy Clear Skin.

Technique of taking sample using method of convenience sampling. Technique of collecting data in this research is survey method by questioner appliance. Data was Asalyzed by Doubled linear regression.

Result of this research refer to a) attitude and subjective norm of consumer together (simultan) have an effect to intention buy, b) consumer's attitude by partially have an effect to intention of buy, and c) subjective norm partially have an effect to intention of buy.

Keyword : attitude, subjective norm, intention of buy

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP NIAT BELI MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN POTENSIAL PRODUK SABUN MUKA LIFEBUOY CLEAR SKIN”** tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan jenjang S-1 untuk memperoleh gelas sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini perkenankanlah kiranya penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara moral maupun material sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini, ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Tri Maryati, M.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah

memberikan bimbingan sehingga penulis dapat lebih memahami tentang isi

3. Ibu Rini Juni Astuti, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Seluruh jajaran civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ayah dan Ibuku, yang selalu memberikan nasihat-nasihat dan memberikan semangat.
6. Semua pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah memberikan balasan atas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan dengan ikhlas.

Akhir kata dari penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya seandainya ada kekurangan dan kekeliruan yang telah penulis perbuat, baik secara disengaja maupun tidak disengaja selama ini. Segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca karya tulis ini sangat penulis harapkan.

*** ***

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8

2. Norma subyektif.....	12
3. Niat.....	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Logika Pemikiran	16
D. Hipotesis.....	18
E. Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	20
B. Jenis Data.....	20
C. Teknik Pengambilan Sampel	20
D. Teknik Pengumpulan Data	21
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	21
1. Sikap.....	21
2. Norma subyektif.....	23
3. Niat.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen	25
1. Uji Validitas.....	25
2. Uji Reliabilitas.....	25
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	25
1. Analisis Indeks Sikap Fishbein dan Ajzen	25
2. Analisis Koefisien Regresi	27
a. Metode Regresi Linier Berganda	27
b. Uji simultan (Uji F)	28

	c. Uji parsial (Uji t)	28
	d. Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
	A. Gambaran Umum Obyek/ Subyek Penelitian.....	30
	B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
	1. Hasil Pengujian Validitas	30
	2. Hasil Pengujian Reliabilitas	33
	C. Diskripsi Responden.....	34
	1. Karakteristik responden	34
	2. Diskripsi Jawaban responden.....	36
	a. Variabel Sikap	36
	b. Variabel Norma Subyektif	46
	c. Variabel Niat beli	52
	D. Hasil Penelitian.....	59
	E. Pembahasan	63
BAB V	SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN	66
	A. Simpulan.....	66
	B. Saran	67
	C. Keterbatasan Penelitian	69
	DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas	31
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	33
Tabel 4.3. Diskripsi Karakteristik Responden.....	35
Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi Pada Variabel Sikap (Keyakinan Memilih).....	36
Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kelengkapan Produk Pada Variabel Sikap (Keyakinan Memilih)	37
Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keamanan Pemakaian Pada Variabel Sikap (Keyakinan Memilih).....	37
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan Penggunaan Pada Variabel Sikap (Keyakinan Memilih)	38
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pada Variabel Sikap (Keyakinan Memilih).....	39
Tabel 4.9 Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Sikap (Keyakinan Memilih).....	40
Tabel 4.10. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi Pada Variabel Sikap (Evaluasi)	41
Tabel 4.11. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Tempat Pada Variabel Sikap (Evaluasi)	41
Tabel 4.12. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kelengkapan Produk Pada Variabel Sikap (Evaluasi)	42

Tabel 4.13. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keamanan Pemakaian Pada Variabel Sikap (Evaluasi).....	43
Tabel 4.14. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan Penggunaan Pada Variabel Sikap (Evaluasi).....	44
Tabel 4.15. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pada Variabel Sikap (Evaluasi)	44
Tabel 4.16. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Sikap (Evaluasi).....	45
Tabel 4.17. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan Penggunaan Karena Saran Dari Orang Tua Pada Variabel Norma Subyektif (keyakinan Normatif)	46
Tabel 4.18. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan Penggunaan Karena Saran Dari Adik/Kakak Pada Variabel Norma Subyektif (keyakinan Normatif)	47
Tabel 4.19. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan Penggunaan Karena Saran Dari Teman/Rekan Pada Variabel Norma Subyektif (keyakinan Normatif)	48
Tabel 4.20. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Norma Subyektif (Keyakinan Normatif)	48
Tabel 4.21. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Motivasi Dari Orang Tua Pada Variabel Norma Subyektif (Motivasi).....	49
Tabel 4.22. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Motivasi Dari Adik/Kakak	50

Tabel 4.23. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Motivasi Dari Teman/Rekan Pada Variabel Norma Subyektif (Motivasi)	51
Tabel 4.24. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Norma Subyektif (Motivasi).....	51
Tabel 4.25. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Harga Pada Variabel Niat Beli	52
Tabel 4.26. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Promosi Pada Variabel Niat Beli	53
Tabel 4.27. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Tempat Pada Variabel Niat Beli	54
Tabel 4.28. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kelengkapan Produk Pada Variabel Niat Beli.....	55
Tabel 4.29. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keamanan Dalam Pemakaian Pada Variabel Niat Beli	55
Tabel 4.30. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan Penggunaan Pada Variabel Niat Beli.....	56
Tabel 4.31. Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pada Variabel Niat Beli	57
Tabel 4.32. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Niat Beli.....	57
Tabel 4.33. Analisis Indeks Sikap.....	59
Tabel 4.34. Analisis Indeks Norma Subyektif	60
Tabel 4.35. Hasil Analisis Regresi	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model penelitian.....	19
Gambar 4.1. Garis Interval Pengukuran Pada Variabel Sikap (Keyakinan Memilih).....	40
Gambar 4.2. Garis Interval Pengukuran Pada Variabel Sikap (Evaluasi).....	46
Gambar 4.3. Garis Interval Pengukuran Pada Variabel Norma Subyektif (Keyakinan Normatif)	49
Gambar 4.4. Garis Interval Pengukuran Pada Variabel Norma Subyektif (Motivasi).....	52
Gambar 4.5. Garis Interval Pengukuran Pada Variabel Niat Beli	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Kuesioner	72
B. Hasil Pengujian Validitas	79
C. Hasil Pengujian Reliabilitas	83
D. Descriptive Statistics Responden	84
E. Hasil Frekuensi Jawaban Responden..	85
F. Hasil Diskripsi Jawaban Responden Setelah Menjadi Sikap Dan Norma Subyektif	92
G. Hasil Pengujian Regresi	93
H. Data Mentah Pengujian Validitas Dan Reliabilitas.....	94
I. Data Sampel Besar	98
J. Data Pembentuk Sikap dan Norma Subyektif.....	111
K. Data Sikap dan Norma Subyektif	122
