

ABSTACT

This research aim to know the influence of attitude dimensions and subjective norm dimensions toward the intention of consumer's behavior. Attitude dimensions are believe and evaluation while the subjective norm dimensions are believe of reference and motivation to obey the reference. Data were analyzed using multiple linier regression analysis to identify the influence of attitude dimensions and subjective norm dimensions toward the intention of consumer's behavior partially and simultaneously.

Result showed that attitude dimensions and subjective norm dimensions had significance and positively influençe toward the intention of consumer's behavior both partially and simultaneously.

Keyword: attitude toward behavior, subjective norm, the intention of consumer's behavior

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi sikap dan dimensi norma subyektif terhadap niat berperilaku konsumen. Dimensi sikap adalah keyakinan dan evaluasi sedangkan dimensi norma subyektif adalah keyakinan terhadap referen dan motivasi untuk menuruti referen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh dimensi sikap dan dimensi norma subyektif terhadap niat berperilaku konsumen secara parsial dan simultan.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa dimensi sikap dan dimensi norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berperilaku konsumen baik secara parsial dan simultan.

Kata kunci: sikap terhadap perilaku, norma subyektif, niat berperilaku konsumen