

**ANALISIS PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KARTU
PRA BAYAR MENTARI INDOSAT**

(Survei Pada Konsumen Mentari Indosat di Kota Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

EKO SAPUTRA
20020410273

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2007

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KARTU
PRA BAYAR MENTARI INDOSAT**

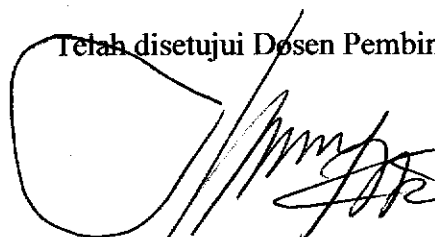
(Survei Pada Konsumen Mentari Indosat di Kota Yogyakarta)

Diajukan oleh :

EKO SAPUTRA
20020410273

Yogyakarta, Januari 2007

Telah disetujui Dosen Pembimbing



Drs. Supriyadi, MM

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KARTU
PRA BAYAR MENTARI INDOSAT
(Survei Pada Konsumen Mentari Indosat di Kota Yogyakarta)

Dijjukan oleh
EKO SAPUTRA
20020410273

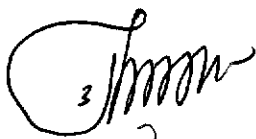
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Tanggal, 31 Januari 2007

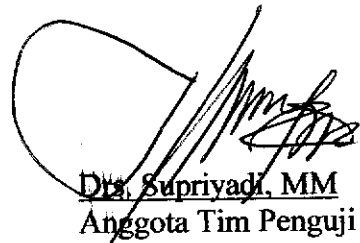
Yang terdiri dari:



Rini Juni Astuti, SE, M.Si
Ketua Tim Penguji

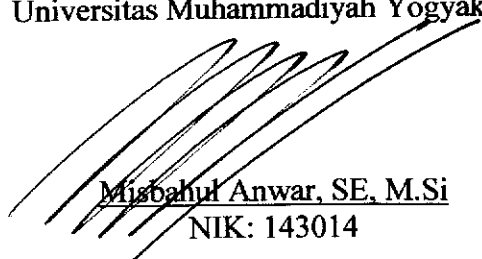


Dra. Tri Maryati, M.M
Anggota Tim Penguji



Drs. Supriyadi, MM
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, SE, M.Si
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan 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.

Yogyakarta, Januari 2007

EKO SAPUTRA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tiada kata yang paling indah yang patut penulis agungkan selain syukur Alhamdulillah, karena penulis diberikan kesempatan dan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Kedua sholawat serta salam semoga sampai pada Nabi Besar Muhammad SAW. Beliaulah sebagai nabi akhiruzzaman yang telah mereformasi kehidupan dari era jahiliyyah (bodoh) ke era yang mengenal tata kehidupan ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul skripsi ini adalah ANALISIS PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KARTU PRA BAYAR MENTARI INDOSAT (Survei Pada Konsumen Mentari Indosat di Kota Yogyakarta).

Selanjutnya terima kasih peneliti ucapkan kepada :

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dra. Tri Maryati, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Drs. Supriyadi, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan perhatian memberikan arahan, saran dan petunjuk kepada peneliti bagi kesempurnaan terselesainya skripsi ini.
4. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Peneliti sadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, peneliti minta kritikan yang membangun, sehingga skripsi ini mendekati kesempurnaan.

Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti, khususnya dan masyarakat bagi umumnya. Amin.

Yogyakarta, Januari 2007

Eko Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah Penelitian.....	3
C. Rumusan Masalah Penelitian.....	4
D. D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. LandasanTeori.....	6

1. Pengrtian Perilaku Konsumen.....	6
2. Norma Subjective.....	11
3. Pengertian Minat Konsumen.....	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
C. Hipotesis	16
D. Model Penelitian.....	17
BAB III METODA PENELITIAN	18
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	18
B. Teknik Pengambilan Sampel	18
C. Jenis Data.....	19
D. Teknik Pengumpulan Data.....	19
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
1. Definisi Variabel Penelitian.....	19
2. Alat Ukur Penelitian.....	20
F. Uji Kualitas Data	21
1. Uji Validitas	21
2. Uji Reliabilitas	22
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data.....	23
1. Analisis Regresi Berganda.....	25
2. Uji Hipotesis.....	26
3. Uji Korelasi Regresi Secara Serentak (Uji F)	27
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Gambaran Umum Kota Yogyakarta.....	30
B. Karakteristik Responden	33
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas.....	39
D. Uji Regresi Linear Berganda.....	40
1. Uji t.....	41
2. Uji Signifikasi / F test.....	43
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	43
E. Pembahasan.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakterisrik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2	Karakterisrik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.4	Karakterisrik Responden Berdasarkan Pengeluaran	31
Tabel 4.4	Uji Validitas Keyakinan Terhadap Kualitas	32
Tabel 4.5	Uji Validitas Keyakinan Terhadap Harga	32
Tabel 4.6	Uji Validitas Evaluasi Terhadap Kualitas	33
Tabel 4.7	Uji Validitas Evaluasi Terhadap Harga	33
Tabel 4.8	Uji Validitas Derajat Keyakinan Normatif	34
Tabel 4.9	Uji Validitas Motivasi Menurut Referen	34
Tabel 4.10	Uji Validitas Minat Beli	35
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model hubungan tiga komponen sikap.....	7
Gambar 2.2 Model Multiatribut Fishbein.....	8
Gambar 2.3 Model Minat Berperilaku Fishbein	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I.	Kuisisioner.....	46
Lampiran II.	Rekapitulasi Hasil Penelitian (Data Belum Diregres)	51
Lampiran III.	Rekapitulasi Hasil Penelitian (Data Sudah Diregres).....	62
Lampiran IV.	Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	87
Lampiran V.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	91
Lampiran VI.	Frekuensi.....	99
Lampiran VII.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	101

INTISARI

PT. Satelindo sebagai salah satu perusahaan jasa layanan telepon seluler di Indonesia mencoba untuk menangkap peluang ini dengan mengeluarkan produk kartu pra bayar. Mentari dengan menghadirkan fitur-fitur yang canggih dan kualitas sinyal yang kuat serta jangkauannya yang luas. Diharapkan dengan kehadiran kartu pra bayar Mentari ini dapat merebut pangsa pasar yang masih besar. Oleh karena itu penelitian ini untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen dan norma subjective konsumen secara parsial terhadap minat membeli kartu pra bayar Mentari Indosat, untuk menganalisis pengaruh sikap dan norma subjective konsumen simultan terhadap minat membeli kartu pra bayar Mentari Indosat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif dan juga kusioner yang dibagikan ke responden sebesar 150 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel sikap konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dikarenakan Sig. t sebesar 0,033 dan taraf kesalahan 5% atau Sig. t < 5% yaitu sebesar $0,033 < 0,05$. Secara parsial variabel norma subjective konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dikarenakan Sig t sebesar 0,000 dan taraf kesalahan 5% atau Sig. t < 5% yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan sikap konsumen (X_1) dan norma subjective konsumen (X_2) berpengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen (Y). Hal ini dikarenakan nilai Sig. F sebesar 0,000 dengan taraf signifikan 5% atau dapat dikatakan bahwa Sig. F < 5% yaitu $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : sikap, norma subjective, dan minat beli

ABSTRACT

PT. Satelindo as one the service firm of service phone the seluler in Indonesia try to catch this opportunity by product of pre paid card. Dancing by attending sophisticated quality of strong sinyal and also its reach wide. Expected with the attendance of pre paid card to Dance this can grab the market compartment which still big. Therefore this research to analyse the influence of attitude of consumer and norm of subjective consumer by parsial to interest buy the pre paid card to Dance the Indosat, to analyse the influence of attitude and norm of subjektive of consumer simultan to interest buy the pre paid card to Dance the Indosat. This Research use the quantitative and descriptive approach as well as kusioner alloted to responder equal to 150 responder.

Result of this research indicate that by parsial variable of consumer attitude have the influence which signifikan to interest buy the consumer. This matter because of Sig. t equal to 0,033 and and mistake level 5% or Sig. $t < 5\%$ that is equal to $0,033 < 0,05$. By parsial variable of norm of subjective consumer have the influence which signifikan to interest buy the consumer. This matter because of Sig t equal to 0,000 and mistake level 5% or Sig. $t < 5\%$ that is equal to $0,000 < 0,05$. By simultan consumer attitude (X_1) And norm of subjective consumer (X_2) have an effect on which signifikan to interest buy the consumer (Y). This Matter because of value Sig. F equal to 0,000 with the level signifikan 5% or can be said that Sig. $F < 5\%$ that is $0,000 < 0,05$

Keyword : attitude, norm subjective, and interest buy