

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI
MOTOR MIO DENGAN MENGGUNAKAN
THEORY OF PLANNED BEHAVIOR**

Tesis

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh
SITI NURKHOTIJAH
20051020050

Kepada
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2008

TESIS
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI MOTOR MIO
DENGAN MENGGUNAKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

Diajukan oleh
SITI NURKHOTIJAH
20051020050

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA

Tanggal.....

Pembimbing II



Dr. Wibandaru, M.Si

Tanggal

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku.

“ Sesungguhnya seseorang bisa disebut mandiri bukan lantaran ia sudah tidak lagi meminta, tapi lebih karena ia sudah bisa memhanti karangan akan kembang dihati ”

MOTTO

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh sikap dengan menggunakan *Theory Planned of Behavior* terhadap niat beli konsumen pada Motor Mio. Variabel sikap diwakili oleh tiga dimensi sikap yaitu: Sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol keperilakuan.

Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden yang berada di wilayah Gamping yang belum pernah melakukan pembelian Motor Mio. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan membagikan kuesioner pada responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 11.00.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat membeli Motor Mio tidak dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku. Sedangkan niat membeli Motor Mio secara positif dipengaruhi oleh norma subyektif dan kontrol keperilakuan

Kata Kunci: Sikap terhadap perilaku, norma subyektif, kontrol keperilakuan dan niat

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh sikap dengan menggunakan Theory of Behavior terhadap niat beli konsumen pada Motor Mio. Variabel sikap diukur oleh tiga dimensi sikap yaitu: Sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol keberlakuan.

Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden yang berada di wilayah Gunung yang belum pernah melakukan pembelian Motor Mio. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan membagikan kuisioner pada responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 11.00.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat membeli Motor Mio tidak dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku. Sedangkan niat membeli Motor Mio secara positif dipengaruhi oleh norma subjektif dan kontrol keberlakuan.

Kata Kunci: Sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol keberlakuan dan niat.

PERSEMBAHAN

Karya Kecilku ini kupersembahkan

pada Allah SWT

*yang telah memberikan anugerah dan nikmat yang tiada terkira,
tak henti-hentinya kuucapkan syukurku padamu ...*

Ya Allah terimakasih atas limpahan rahmat yang engkau berikan.

*Bapak dan Ibuku H. Jumadi dan Siti fatimah terimakasih banyak atas
dukungan dan doa yang tiada henti, sehingga aku dapat
menyelaesakan study*

*Miftahus Surur, makasih banyak sudah ngasih aku semangat dan sudah
banyak bantuin aku dalam menyelesaikan tesis ini*

*Kakak dan adikku Fadillah dan Humari, Makasih dah doain aku..
semoga Cita-cita kalian bisa trcapai Amiiin...*

*Mba dian n mas Fery, makasih ya dah baik bangaet ma aku, makasih
juga buat MD dah mau berjuang bareng ma aku. Akhirnya kita selesai
juga ya mba setelah begitu banyak rintangan yang kita hadapi
berdua...hehehe... oya aku doain moga cepet dapat momongan Amiiinn*

*Mba Eti n Keluarga makasih dah banyak bantuin aku... Semoga Allah
senantiasa melindungi keluarga Mba Eti.. ayo Mba semangat ngerjain
tesisnya..*

*Temen-temen semua yang ada di MM UMY, pak Samiyo, Pak Abu, Pak
Supri, Pak Damiri, Pak Ponodi, pak katno, mustafa, Satrio, Ibu her, Ibu
Roi, Mba Yuni, mas 321, mas nugroho, mas purwanto skom, Drs
Purwanto seneng banget bisa belajar bareng ama temen-temen semua,
banyak banget pelajaran yang aku peroleh dari kalian.*

*Buat temen-temen kost "Red House Comunity", ci'ngah, Sitta, Nia,
Fenty, Mba Fika, Shinta, Ratih, Lia, Nani, Sari, Elva, Memey, Yani, n
Catur. Makasih temen-temen semua aku bakalan bangga dah ama*

ABSTRACT

This research attempts to examine the influence of attitude based on Theory of Planned Behavior to the consumer intention of buying for Mio Motor. The variable of attitude has been represented by three dimensions of attitude, such as: attitude to behavior, subjective norm, and control of behavior.

This research, in keeping with its concerned theme, has used 150 respondents who live in Gamping residence and never manage to buy Mio Motor. The technique of collecting data are interview and spreading questions to respondents. The tool of analysis that used in this research are double linear regresion and SPSS 11.00

This research shows that the intention to buy Mio Motor is not influenced by attitude to behavior. However, the intention of buying Mio Motor has been positively influenced by subjective norm and control of behavior.

Keywords: Attitude to behavior, subjective norm, control of behavior, intention to buy

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Terimakasih atas semua nikmat yang tak terhingga yang engkau limpahkan kepada hamba.

Terimakasih kepada orang tua penulis Bapak H. Jumadi dan Ibu Siti Fatimah, yang senantiasa memberikan dukungan dan doa yang tiada henti. Tak luput saya ucapkan beribu-ribu terimakasih terutama pada para dosen pembimbing tesis yang berhubungan dengan “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Motor Mio Dengan Menggunakan *Theory Of Planned Behavior*” sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Heru Kurnianto Tjahjono, SE., MM. selaku ketua jurusan program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA. Terimakasih banyak Bapak atas bimbingannya yang dengan penuh kesabaran membantu saya.
3. Drs. Wihandaru, Msi, Terimakasih Bapak atas bimbingannya selama ini, banyak hal yang saya peroleh dari Bapak.
4. Bapak H Jumadi dan Ibu Hj Siti Fatimah selaku orang tua penulis, terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan.
5. Miftahus Surur, Terimakasih sudah banyak memberikan bantuan.
6. Seluruh dosen dan staf pengelola program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis berharap semoga karya ini bisa bermanfaat bagi para pembaca, namun penulis mohon maaf jika masih banyak kekurangan dalam menulis. Untuk itu, penulis sangat menghargakan saran dan kritik yang membangun.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. RUMUSAN MASALAH	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Batasan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Lingkup Penelitian	4

BAB II: TINJUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Definisi Pemasaran	6
B. Manajemen Pemasaran	6
C. Konsep Pemasaran	7
D. Perilaku Konsumen	7
E. Sikap	10
F. Karakteristik Sikap	12
G. Fungsi Sikap	14
H. Pengelolaan Informasi dan Sikap Konsumen	15
I. Sikap Sebagai Prediktor Perilaku Beli	15
J. Hubungan Antara Sikap dan Kepercayaan	15
K. <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
L. Penelitian Terdahulu	22
M. Hipotesis	25
N. Model Penelitian	26

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel Penelitian	27
B. Teknik Pengambilan Sampel	27
C. Jenis Data	28
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
F. Uji Instrumen	34

1. Validitas	34
2. Reliabilitas	36
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	37
1. Analisis Regresi Berganda	37
2. Uji Hipotesis	38
3. Uji Determinasi	41

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Profil Obyek Penelitian	42
1. Awal Mula Yamaha	42
2. Yamaha Indonesia	43
3. Produk Yamaha Motor	46
B. Deskripsi Karakteristik Responden	47
1. Deskripsi Responden Berdasarkan usia	48
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi	49
C. ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF	
1. Statistik Deskriptif Variabel Keyakinan Memilih	51
2. Statistik Deskriptif Variabel Evaluasi Akibat	52
3. Statistik Deskriptif Variabel Keyakinan Normatif	53
4. Statistik Deskriptif Variabel Kemauan Menuruti Saran Orang Lain	53
5. Statistik Deskriptif Variabel Keyakinan Kontrol	54

6. Statistik Deskriptif Variabel Akses Faktor Kontrol	54
7. Statistik Deskriptif Variabel Niat	55
D. Uji Instrumen	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	57
E. Uji Hipotesis dan Analisis Data	58
1. Analisis Regresi Berganda	58
2. Uji T	61
3. Uji F	62
4. Uji Determinasi (R^2)	64
F. PEMBAHASAN	64
 BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	68
B. Saran	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Komponen Sikap	11
Gambar 2.2 Perbandingan antara <i>Theory of Reasoned action</i> dan <i>Theory of Planned Behavior</i>	18
Gambar 2.3 Keyakinan berperilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol	21
Gambar 2.4 Model penelitian	26

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil analisis uji validitas sampel awal n-50	35
Tabel 3.2 Hasil analisis uji reliabilitas sampel awal n-50	36
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia	48
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	48
Tabel 4.3 Karakteristi responden berdasarkan tingkat pendidikan	49
Tabel 4.4 Karakteristik rsponden berdasarkan profesi	49
Tabel 4.5 Hasil analisis deskriptif variabel keyakinan memilih	51
Tabel 4.6 Hasil analisis deskriptif variabel evaluasi akibat	52
Tabel 4.7 Hasil analisis deskriptif variabel keyakinan normatif	53
Tabel 4.8 Hasil variabel kemauan menuruti saran dari orang lain	53
Tabel 4.9 Hasil analisis deskriptif keyakinan kontrol berperilaku	54
Tabel 4.10 Hasil anilisis deskriptif variabel akses faktor kontrol	54
Tabel 4.11 Hasil analisis deskriptif variabel niat	55
Tabel 4.12 Hasil uji validitas dengan sampel besar n-150	56
Tabel 4.12 Hasil uji reliabilitas	57
Tabel 4.13 Skor akhir: Variabel sikap terhadap perilaku, norma subyektif, kontrol keperilakuan dan niat	60
Tabel 4.14 Hasil analisis regresi berganda	61
Tabel 4.15 Hasil analisis Uji F	63
Tabel 4.16 Hasil uji determinasi	64