

**ANALISIS PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN KONTROL  
PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
*PRIVATE BRAND* ALFAMART DI SEKITAR UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat- Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**AMANDA ANIDIA ITA WIBOWO**

**B 100 120 067**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2016**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE BRAND* ALFAMART DI SEKITAR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

**AMANDA ANIDIA ITA WIBOWO**

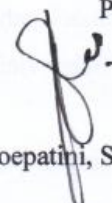
**B 100 120 067**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta,

2016

Pembimbing




(Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
(Dr. Triyono, M.Si)

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AMANDA ANIDIA ITA WIBOWO

NIM : B100120067

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF,  
DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE BRAND*  
ALFAMART DI AREA UNVERSTAS  
MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, April 2016

Yang membuat pernyataan



(AMANDA ANIDIA ITA WIBOWO)

## **MOTTO**

*“Tunjukilah kami jalan yang lurus, jalan orang-orang yang telah Engkau beri nikmat, bukan jalan mereka yang dimurkai dan bukan pula jalan mereka yang sesat”*

*(QS. Al Fatihah :6-7)*

*“Sesungguhnya Allah tidak merubah nasib sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”*

*(QS. Ar Ra'd :11)*

*Man Jadda Wa Jada*

*“Barang siapa bersungguh-sungguh, maka pasti akan berhasil”*

*Habis gelap, terbitlah terang*

*R.A Kartini*

*I believe I can be anything that I want*

*(Penulis)*

## PERSEMBAHAN

Seraya memanjatkan syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

- My Everything My Life PapaIr. Agung Sapto Wibowo dan Mama Ir. Nurul Diahnawati tercinta yang tiada henti memberikan kasih sayang dan dukungannya dalam segala hal
- Kedua adikku tersayang Arman Septian Wibowo dan Anita Yasmin Wibowo yang selalu memberikan semangat dan dukungan
- Seluruh Keluarga besar Mbah Zaini dan Mbah Mariman yang selalu memberikan semangat dan do'a
- My Future Husband Wahyu sulistianto yang sudah memberikan motivasi, bantuan, dan semangat
- Sahabat sahabat ku yang selalu menyemangati dan mewarnai hariku Chorunnisa NL, Hana F, Nindita ED, Ayuk P, Laila Q, Denok S, Team JJM (Mimi, Rosi, Acil, Sofi, Desi) terimakasih banyak atas dukungannya.
- Kawan-kawan manajemen angkatan 2012 terimakasih untuk kesolidannya selama ini
- Teman-teman seperjuangan kepengurusan HEMa Manajemen periode 2012 yang tidak dapat disebutkan satu per satu terimakasih telah mengajarkan kedisiplinan, kebersamaan, kerja keras dan pengalaman yang bermakna
- Kangmas, mbak yu, dhimas, diajeng HEMa Manajemen FEB UMS terimakasih untuk kebersamaannya

## **ABSRTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *sikap* ( $X_1$ ), *norma subyektif* ( $X_2$ ), dan *kontrol perilaku yang dirasakan* ( $X_3$ ) terhadap *minat beli* ( $Y$ ) produk *private brand alfamart di area universitas muhammadiyah surakarta*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan mengambil 100 responden sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda (Uji t, Uji F dan Uji  $R^2$ ),

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan, temuan pertama yaitu sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk private brand alfamart. Temuan kedua, norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk private brand alfamart. Temuan ketiga, kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli produk private brand alfamart. Terakhir, sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan merupakan model yang tepat untuk menjelaskan minat beli produk private brand alfamart. Penelitian ini menyarankan perusahaan untuk menyusun strategi-strategi supaya minat beli konsumen semakin meningkat.

Kata kunci: *Sikap, Norma Subyektif, Kontrol perilaku yang dirasakan, minat beli, private brand*

## ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of attitude ( $X_1$ ), subjective norms ( $X_2$ ), and perceived behavioral control ( $X_3$ ) on buying interest (Y) private brand alfamart in the University Muhammadiyah of Surakarta area. The population in this study were all students of the Faculty of Economic and Business University Muhammadiyah of Surakarta. Sampling technique used was purposive sampling by taking the 100 respondents in accordance with predetermined criteria. This study uses multiple linear regression test ( $t_{test}$ ,  $F_{test}$ , and  $R^2$  test). This research resulted in several findings, the first findings was attitude positive and significant impact on the buying interest of private brand products alfamart. the second discovery, subjective norms positive and significant impact on the buying interest of private brand product alfamart. Third, perceived behavioral control was not significant on the buying interest of private brand products alfamart. This study advises companies to draw up strategies so that consumers buying interest will be increased.

*Keyword: attitude, subjective norm, perceived behavioral control, buying interest, private brand*

## KATA PENGANTAR

**Assalamua'laikum Wr. Wb**

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah dan karunia-Nya. Sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi muhammad SAW. Barkah Allah SWT dan kesungguhan penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *PRIVATE BRAND* ALFAMART DI SEKITAR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Selama penyusunan skripsi ini penulis mengalami banyak hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikannya. Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih dengan setulus hati kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E, M.Si selaku Ketua Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dra. Wuryaningsih DL, MM selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D, selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar dan bijak telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.



5. Bapak Nur Ahmad, S.E., M.Si dan Bapak Basworo Dibyo, SE., M.Si selaku penguji yang telah memberikan kelancaran dalam ujian skripsi.
6. Seluruh staf pengajar Progam Studi Manajemen yang telah membimbing sehingga penulis mendapatkan ilmu dan pengetahuan selama masa studi.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu saran dan masukan sangat penulis hargai. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

**Wassalamua'laikum Wr.Wb**

Surakarta, 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6

1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2 Minat Beli.....	9
2.1.3 <i>Private Brand</i> .....	10
2.1.4 Sikap.....	11
2.1.5 Norma Subyektif .....	12
2.1.6 Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	13
2.2 Kerangka Pemikiran .....	14
2.3 Hipotesis .....	15
2.3.1 Hubungan Sikap dengan Minat Beli.....	15
2.3.2 Hubungan Norma Subyektif dengan Minat Beli.....	16
2.3.3 Hubungan Kontrol Perilaku yang dirasakan dengan Minat Beli .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	18
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	18
3.2.1 Variabel Dependen.....	18
3.2.2 Variabel Independen .....	18
3.3 Data dan Sumber Data .....	19

3.3.1 Data Primer.....	20
3.3.2 Data Sekunder .....	21
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	21
3.5 Desain Pengambilan Sampel.....	22
3.5.1 Populasi dan Sampel.....	22
3.5.2 Teknik Sampling .....	22
3.6 Metode Analisis Data .....	24
3.6.1 Uji Instrumen .....	24
a. Uji Validitas .....	24
b. Uji Reliabilitas .....	24
3.6.2 Hipotesis .....	25
a. Analisis Regresi Linier Berganda Uji Instrumen .....	25
b. Uji t.....	26
c. Uji F.....	26
d. Koefisien determinasi .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.2 Deskripsi Data .....	30
4.2.1 Analisis Deskripsi .....	30
4.2.2 Deskripsi Responden .....	31
a. Jenis Kelamin .....	31
b. Tingkat Usia .....	32

4.3 Uji Instrumen .....	32
4.3.1 Uji Validitas .....	32
a. Uji Validitas Sikap .....	33
b. Uji Validitas Norma Subyektif.....	34
c. Uji Validitas Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	35
d. Uji Validitas Minat Beli .....	36
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	37
4.4 Analisis Indeks Jawaban .....	38
4.4.1 Analisis Indeks jawaban responden terhadap Sikap .....	39
4.4.2 Analisis Indeks jawaban responden terhadap norma subyektif .....	43
4.4.3 Analisis Indeks jawaban responden terhadap Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	46
4.4.4 Analisis Indeks jawaban Responden terhadap minat beli .....	49
4.5 Uji Hipotesis Penelitian.....	52
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.5.2 Uji t.....	53
a. Variabel Sikap .....	53
b. Variabel Norma Subyektif.....	53
c. Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan .....	53
4.5.3 Uji F.....	54
4.5.4 Koefisien Determinasi .....	54

4.5 Pembahasan .....	55
----------------------	----

**BAB V PENUTUP .....**

5.1 Kesimpulan.....	48
---------------------	----

5.2 Keterbatasan Penelitian .....	59
-----------------------------------	----

5.3 Saran untuk Perusahaan .....	60
----------------------------------	----

5.4 Saran untuk Peneliti Mendatang .....	61
--	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Teknik Pengambilan Sampel .....	2
Tabel 1.2 Responden Berdasarkan JenisKelamin .....	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	19
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	31
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia.....	32
Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Uji Validitas variabel sikap .....	33
Tabel 4.4Ringkasan Hasil Uji Validitas Norma Subyektif .....	34
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Validitas Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	35
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	36
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel 4.8 Indeks Skor Jawaban Variabel Sikap.....	40
Tabel 4.9 Indeks Skor Jawaban Variabel Norma Subyektif .....	43
Tabel 4.10 Indeks Skor Jawaban Variabel Sikap.....	46
Tabel 4.11 Indeks Skor Jawaban Variabel Sikap.....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 4.1. Kerangka Pemikiran.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Jawaban Responden
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
4. Hasil Regresi Linier Berganda
5. Table r (*product moment*)