

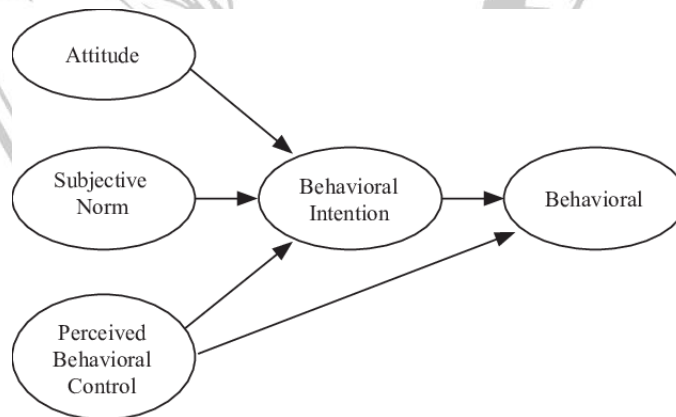
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Perilaku Terencana (TPB) *Theory Of Plan Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah suatu konsep yang menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya niat untuk berperilaku. *Theory of Planned Behavior* adalah teori yang menekankan pada aspek rasionalitas dari perilaku manusia dan menyakini bahwa tingkah laku tersebut berada dibawah kontrol kesadaran individu (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen (1988), niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Saat ini, teori ini telah menjadi landasan penting dalam berbagai bidang ilmu yang mempelajari perilaku dan masalah lingkungan. Berdasarkan teori ini, dapat diketahui bahwa niat terbentuk dari *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* yang dimiliki individu.



Gambar 1 Theory Of Planned Behavior

Sikap (*attitude toward behavior*) merupakan evaluasi individu yang bersifat positif atau negatif terhadap suatu objek, individu, lembaga, kejadian, perilaku, atau niat (Ajzen, 2012). Keyakinan ini melibatkan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitar, pemahaman individu tentang diri dan lingkungannya, dan menghubungkan perilaku tertentu dengan manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh. Jika individu menilai bahwa perilaku tersebut memberikan manfaat baginya, keyakinan tersebut dapat memperkuat sikap terhadap perilaku tersebut,

Seorang individu akan melakukan perilaku tertentu jika mereka percaya bahwa perilaku tersebut akan diterima oleh orang-orang yang dianggap penting dalam kehidupan mereka. Ini berarti bahwa keyakinan normatif menciptakan kesadaran tentang tekanan dari lingkungan sosial atau norma subjektif yang ada (Sartika Dani, 2020). Norma subjektif adalah bagaimana individu mempersepsikan harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam hidup mereka tentang apakah mereka harus melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Persepsi ini bersifat subjektif, sehingga disebut norma subjektif.

Kontrol perilaku justru menjadi penting dalam *theory of planned behavior* karena kontrol perilaku menggambarkan adanya kemampuan dari seorang individu dalam pengambilan keputusan di tengah-tengah berbagai pengaruh yang muncul dari suatu norma subyektif. Kontrol perilaku dipandang penting sebagai salah satu variabel independen sebagai prediktor terbentuknya *behavioral intention* yang tertuang dalam banyak jenis perilaku seperti misalnya *purchase*

intention, visit intention, dan berbagai behavior intention lainnya (Tu & Hu, 2018).

Teori Perilaku *Terencana (Theory of Planned Behavior)* sering digunakan dalam penelitian mengenai perilaku konsumen sebagai pendekatan untuk meramalkan niat dan tindakan (Simon, 2016). Teori ini mengontrol tiga faktor penentu konseptual yang independen dari niat, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Menurut Ramdhani (2011), faktor utama dalam Teori Perilaku Terencana yang memengaruhi perilaku melibatkan:

1. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari perilaku tersebut. Keyakinan ini melibatkan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitar, pemahaman individu tentang diri dan lingkungannya, dan menghubungkan perilaku tertentu dengan manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh. Jika individu menilai bahwa perilaku tersebut memberikan manfaat baginya, keyakinan tersebut dapat memperkuat sikap terhadap perilaku tersebut.
2. Norma subjektif adalah bagaimana individu mempersepsikan harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam hidup mereka tentang apakah mereka harus melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Persepsi ini bersifat subjektif, sehingga disebut norma subjektif. Seperti sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan. Namun, perbedaannya adalah bahwa sikap terhadap perilaku bergantung pada

keyakinan individu tentang perilaku yang akan dilakukan, sedangkan norma subjektif bergantung pada keyakinan individu tentang pandangan orang lain terhadap perilaku yang berhubungan dengan individu.

3. Kontrol perilaku adalah persepsi individu tentang sejauh mana mudah atau sulit untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ini mencakup persepsi tentang faktor-faktor yang mendukung atau menghambat pelaksanaan perilaku tersebut. Semakin banyak faktor pendukung dan semakin sedikit faktor penghambat yang dirasakan individu, semakin besar kontrol yang mereka rasakan terhadap perilaku tersebut. Sebaliknya, jika faktor penghambat lebih banyak daripada faktor pendukung, individu akan merasa memiliki kontrol yang lebih rendah terhadap perilaku tersebut.

1. Sikap (*attitude*)

a) Definisi Sikap

Selama proses pengambilan keputusan konsumen dalam berperilaku, konsumen mengkombinasikan beberapa pengetahuan, arti, dan kepercayaan tentang produk atau merek untuk membentuk evaluasi menyeluruh. Kepercayaan tersebut dapat dibentuk melalui proses interpretasi atau diaktifkan dari ingatan. Kepercayaan ini merupakan suatu jaringan asosiatif dari arti yang saling dihubungkan dan tersirnap dalam ingatan. Karena kapasitas kognitif seseorang terbatas, hanya sebagian kecil dari kepercayaan ini yang dapat diaktifkan dan dikendalikan dengan baik pada suatu saat. Kepercayaan yang diaktifkan disebut sebagai kepercayaan utama. Hanya kepercayaan utama (*salient beliefs*) tentang suatu objek (sesuatu yang diaktifkan pada suatu saat

tertentu dan dalam konteks tertentu) yang menyebabkan atau menciptakan sikap seseorang terhadap objek tertentu.

Menurut Puspasari (2010:16)”. “sikap mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu: kognitif (konseptual), afektif (emosional), konatif (perilaku atau action component)”. Sedangkan menurut Engel & Blacwell (2008) sebagai berikut: “*Measurement attitude is important in marketing because of central rule in pays in developing a segmentation or positioning products acceptance and facilitating the development of marketing program*”. Sikap itu sendiri menurut Schffiman dan Kanuk menyatakan bahwa “sikap merupakan ekspresi perasaan yang berasal dari dalam diri individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu obyek”.(Sheiffman & Kanuk, 2007). (García dkk., 2020) menguraikan bahwa dalam *theory of planned behavior* diuraikan bahwa pembentuk minat beli seseorang terhadap suatu produk utamanya dipengaruhi oleh sikap atau pandangan orang tersebut terhadap produk atau *brand (attitude)*, norma subyektif, dan kontrol perilaku. (Widyarini & Gunawan, 2017) menguraikan bahwa sikap atau pandangan seseorang terhadap suatu produk atau *brand* mencerminkan gambaran psikologis yang dimiliki oleh individu tersebut terhadap produk atau *brand*.

b) Indikator Sikap (*Attitude*)

Menurut Damiati dkk. (2017) menjelaskan, indikator sikap konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Komponen Kognitif, ialah pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.
2. Komponen Afektif, ialah hal yang berkaitan dengan emosi atau perasaan konsumen terhadap suatu objek.
3. Komponen Konatif, ialah komponen yang berkaitan dengan kocondongan seseorang melakukan tindakan atau ekspresi niat konsumen yang berkaitan dengan objek sikap

2. Norma Subyektif

a) Definisi Norma Subyektif

Seorang individu akan melakukan perilaku tertentu jika mereka percaya bahwa perilaku tersebut akan diterima oleh orang-orang yang dianggap penting dalam kehidupan mereka. Ini berarti bahwa keyakinan normatif menciptakan kesadaran tentang tekanan dari lingkungan sosial atau norma subjektif yang ada (Sartika Dani, 2020).

Orang lain yang dipercaya dapat memberikan panduan tentang hal yang tepat untuk melakukan sesuatu. Menurut Ajzen (2015: 128) mengatakan bahwa norma subjektif merupakan keyakinan seseorang mengenai individu atau kelompok tertentu menyetujui atau tidak menyetujui untuk melakukan suatu perilaku dengan melibatkan atau tidak melibatkan rujukan sosial yang didapatkan.

Biasanya semakin individu mempersepsikan bahwa *social referent* yang mereka miliki mendukung mereka untuk melakukan suatu perilaku maka

individu tersebut akan cenderung merasakan tekanan social untuk memunculkan perilaku tersebut. Dan sebaliknya semakin individu mempersepsikan bahwa social referent yang mereka miliki tidak menyetujui suatu perilaku maka individu cenderung merasakan tekanan sosial untuk tidak melakukan perilaku tersebut.

b) Indikator Norma Subjektif

Menurut (Alam & Sayuti, 2011) memaparkan norma subjektif sebagai berikut :

1. Keluarga dekat, ialah lingkungan terdekat seperti ayah,ibu,saudara, atau kerabat dekat yang memiliki pandangan atau harapan terhadap individu.
2. Teman dekat, ialah sumber pengaruh lingkungan sosial terdekat lainnya guna memotivasi individu untuk mengikuti tau menentang suatu hal.
3. Tokoh penting, ialah pengaruh dan harapan dari tokoh yang mereka kenal seperti guru,pemimpin,mentor, atau bahkan figur sehingga membentuk pandangan dan keputusan individu.

3. Kontrol Perilaku

a) Definisi Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan, dan kemampuan memodifikasi stimulus. Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan.

Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi.

Kontrol perilaku justru menjadi penting dalam *theory of planned behavior* karena kontrol perilaku menggambarkan adanya kemampuan dari seorang individu dalam pengambilan keputusan di tengah-tengah berbagai pengaruh yang muncul dari suatu norma subyektif. Kontrol perilaku dipandang penting sebagai salah satu variabel independen sebagai prediktor terbentuknya *behavioral intention* yang tertuang dalam banyak jenis perilaku seperti misalnya *purchase intention*, *visit intention*, dan berbagai *behavior intention* lainnya (Tu & Hu, 2018).

Dalam perilaku, seorang individu tidak memiliki kendali penuh atas perilakunya. Namun, ada situasi di mana individu dapat mengendalikan perilakunya dengan baik. Pengendalian perilaku individu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup keterampilan, kemauan, informasi, dan faktor lain yang berasal dari dalam diri individu (Rodiah dkk., 2022). Sementara itu, faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar individu. Persepsi kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang memahami bahwa perilaku yang mereka tunjukkan merupakan hasil dari pengendalian yang dilakukan oleh diri mereka sendiri. (Singarimbun dan Effendi (2006), 2020).

b) Indikator Kontrol Perilaku

Menurut (Bagher, 2018) menjelaskan bahwa indikator kontrol perilaku terdiri dari beberapa indikator :

1. Kendali pengambilan keputusan di tangan konsumen, ialah konsumen memiliki kontrol penuh atas keputusan yang dibuat dalam proses pembelian atau konsumsi produk dan layanan.
2. Konsumen memiliki dana yang cukup, ialah konsumen memiliki uang yang cukup dan juga tidak mengalami kesulitan dalam pembelian barang atau jasa yang akan dikonsumsi.
3. Konsumen memiliki sumber daya waktu untuk membeli, ialah kemampuan konsumen untuk meluangkan waktu untuk membuat keputusan pembelian, berpartisipasi langsung dalam aktivitas pembelian, dan kemudahan mengatur waktu dalam menikmati barang atau jasa yang dibeli.

2.1.2 Teori Perilaku Terencana (TPB) *Theory Of Plan Behavior*

a) Definisi Minat Beli

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Kinneer dan Taylor, 1995)". "Minat beli dianggap sebagai pengukuran kemungkinan konsumen membeli produk tertentu, dimana tingginya minat beli akan berdampak pada kemungkinan yang cukup besar dalam terjadinya keputusan pembelian (Shciffman & Kanuk, 2007). Minat beli adalah bahwa ketika lingkungan sosial dari seorang individu tidak mendukung atau kurang mendukung individu tersebut maka minat beli akan sulit terbentuk.

b) Faktor yang mempengaruhi minat beli

Menurut (Abzari dkk., 2014), yaitu :

1. Faktor kualitas produk, merupakan atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya.
2. Faktor *brand* / merek, merupakan atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu kepuasan emosional.
3. Faktor kemasan, atribut produk berupa pembungkus dari pada produk utamanya.
4. Faktor harga, pengorbanan riil dan material yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk.
5. Faktor ketersediaan barang, merupakan sejauh mana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada.
6. Faktor promosi, merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk.

b) Indikator

Adapun indikator minat beli menurut Irsyanto (2020) menjelaskan sebagai berikut ini :

1. Minat eksploratif, ialah sejauh mana individu tertarik untuk mencari, mencoba, atau menjelajahi hal hal baru.
2. Minat preferensial, ialah kecenderungan individu untuk memilih produk, layanan, atau pengalaman tertentu. Hal ini seperti konsisten, kesetiaan, kebutuhan akan suatu merek.

3. Minat referensial, ialah pembuatan keputusan individu berdasarkan pengaruh orang yang mereka percayai seperti keluarga,teman,atau tokoh terkenal.
4. Minat transaksional, ialah kesiapan individu dalam melakukan pembelian seperti mencari informasi pembelian bahkan hingga mencari diskon dalam pembelian barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Kesimpulan
(Pangestika & Wedanaji Prasastyo, 2017)	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen Di Dki Jakarta	1. Sikap 2. Norma Subyektif 3. Kontrol Perilaku 4. Minat Beli	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat, norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat, kontrol perilaku yang dipersepsikan memiliki pengaruh positif	Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu semua variabel saling memiliki pengaruh positif terhadap minat beli sesuai dengan hasil uji yang sudah dilakukan peneliti.

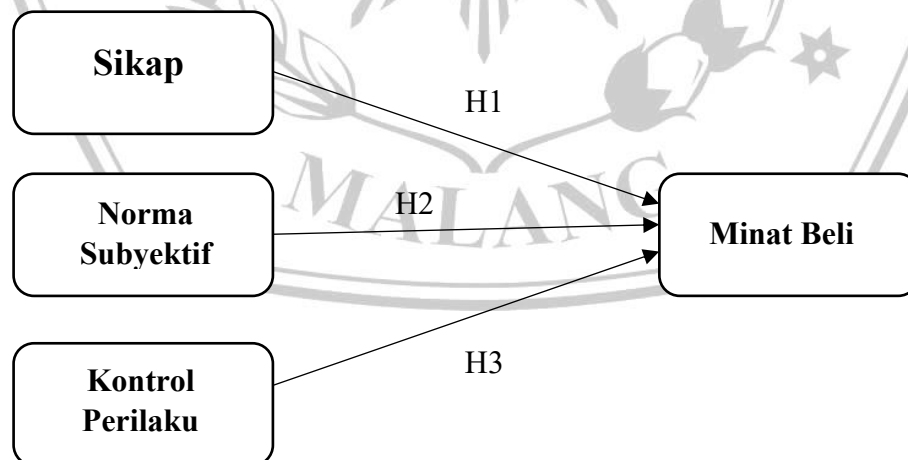
Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Kesimpulan
			signifikan terhadap niat, dan diuji secara bersama-sama sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat.	
(Witriyana dkk., 2019)	Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Shopee	1. Sikap 2. Norma Subyektif 3. Kontrol Perilaku 4. Minat Beli	Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku mempunyai pengaruh simultan terhadap Minat Beli Online di Shopee sebesar 47,7%, menurut hasil tersebut, dapat dirangkumkan jika ketiga variabel tersebut dapat bersama – sama meningkat, maka Minat	

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Kesimpulan
			Beli juga akan meningkat. Sebaliknya jika kedua variabel tersebut secara bersama – sama menurun, maka Minat Beli juga ikut menurun.	
(Susanto & Sahetapy, 2021)	Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk <i>Levi's</i> Pada Generasi Milenial	1. Sikap 2. Norma Subyektif 3. Kontrol Perilaku 4. Minat Beli	Hasil dari penelitian ini adalah sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk <i>Levi's</i> pada generasi milenial.	
(Ningtyas dkk., 2021)	Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal	1. Sikap 2. Norma Subyektif 3. Kontrol Perilaku 4. Minat Beli	Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat	Norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh pada minat beli pada produk yang

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Kesimpulan
			<p>beli, norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, serta persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman mengenai produk bersertifikat halal.</p>	bersertifikat halal.
(Putri Solikhatin & Iqbal, 2023)	<p>Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Dan Tingkat Pemahaman Mengenai Chartered Accountant Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Pengambilan Sertifikasi <i>Chartered Accountant</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap 2. Norma subjektif 3. Kontrol perilaku 4. Minat 	<p>Variabel norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam memperoleh sertifikasi <i>Chartered Accountant</i>; dan variabel sikap, kontrol</p>	<p>Hal yang dapat menjadi penyebab mahasiswa tidak memiliki pemahaman yang cukup mendalam tentang <i>Chartered Accountant</i> adalah kurikulum</p>

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Kesimpulan
			perilaku persepsian, dan tingkat pemahaman tentang <i>Chartered Accountant</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa dalam memperoleh Sertifikasi <i>Chartered Accountant</i> .	pendidikan formal tidak memberikan penekanan yang cukup pada pemahaman tentang <i>Chartered Accountant</i> .

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Sikap Berpengaruh Terhadap Minat Beli

Dalam penelitian García dkk. (2020) menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan dan positif antara sikap terhadap minat beli produk pakaian. Dijelaskan bahwa sikap dari seseorang cenderung memengaruhi perilaku orang tersebut dalam memilih suatu produk pakaian

Penelitian sejalan dengan Susanto & Sahetapy (2021) yang menegaskan bahwa adanya sikap positif kepada suatu produk atau merek akan memunculkan atau menimbulkan minat beli terhadap produk tersebut. Maka dengan adanya penelitian ini menjelaskan sikap dari individu atau seseorang menentukan kearah mana minat beli seseorang tersebut.

Penelitian lainnya yang mendukung hipotesis ini dilaksanakan oleh Ningtyas dkk. (2021) yang menjelaskan bahwa hasil uji regresi sebesar 0.470 sehingga dapat disimpulkan adanya sikap positif sebesar 47% atas variabel sikap terhadap minat beli.

H1 : Sikap berpengaruh terhadap Minat Beli

Norma Subyektif Berpengaruh Terhadap Minat Beli

Penelitian terdahulu García dkk. (2020) menunjukkan bahwa norma subyektif sebagai prediktor minat beli menunjukkan adanya hubungan yang positif antara norma subyektif dan minat beli. Hal ini karena norma subyektif menjelaskan bahwa seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti kelompok referensi

dan keluarga. Faktor sosial memainkan peran penting dan bahwa norma subyektif memengaruhi minat beli.

Penelitian Susanto & Sahetapy (2021) yang mendukung hipotesis menjelaskan bahwa norma subyektif mengambil peran penuh atau memegang peran yang sangat penting dalam diri individu sehingga dapat membentuk minat beli yang menarik dalam diri individu tersebut.

Penelitian oleh Witriyana dkk. (2019) menjelaskan hasil uji regresi didapatkan hasil sebesar 0.241 atau 24.1% yang berarti norma subyektif berpengaruh secara positif terhadap minat beli produk secara online di Shopee.

H2 : Norma Subyektif berpengaruh terhadap Minat Beli

Kontrol Perilaku Berpengaruh Terhadap Minat Beli

Dalam penelitian García dkk. (2020) menemukan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat beli produk pakaian jadi. Pada dasarnya variabel kontrol perilaku mencerminkan proses pengambilan keputusan pembelian yang sepenuhnya berada di tangan konsumen. Hal inilah yang membuat variabel ini berdampak positif terhadap minat beli konsumen.

Penelitian lainnya yang menyebutkan bahwa kontrol perilaku mempengaruhi minat beli yaitu Susanto & Sahetapy (2021). Penelitian menjelaskan suatu produk harus lebih gencar dalam melaksanakan promosi agar konsumen lebih mengenal produk. Dalam penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa menjaga standar

kualitas dan menjaganya dari masa ke masa dapat konsumen lebih puas terhadap suatu produk sehingga menimbulkan minat beli yang tinggi akan produk tersebut.

Hasil penelitian Ningtyas dkk. (2021) yang berpengaruh secara positif menjelaskan bahwa variabel Kontrol Perilaku berpengaruh secara positif terhadap minat beli didasarkan pada hasil uji regresi sebesar 0.470 atau berpengaruh sebesar 47%, sehingga hal ini menjadi salah satu alasan kontrol dari konsumen juga bisa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen itu sendiri.

H3 : Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Minat Beli

