

**PENGARUH SIKAP TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PADA
KERIPIK APEL MEREK RAMAYANA DI KOTA BATU
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

SHINTA YUMEIDA

202010160311441

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PADA
KERIPIK APEL MEREK RAMAYANA DI KOTA BATU
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)**

Oleh:

**Shinta Yumeida
202010160311441**

Malang, 29 Mei 2024

Telah disetujui oleh:
Pembimbing,

10/6-24

see after sidang

Rohmat Dwi Jatmiko., Dr., M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH SIKAP TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KERIPIK APEL MEREK RAMAYANA BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Shinta Yumeida**

NIM : **202010160311441**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 15 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Penguji I : **Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

Penguji II : **Novita Ratna Satiti, S.E., M.M. Ph.D.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Shinta Yumeida
NIM : 202010160311441
Program Studi : Manajemen
Surel : shintayumeida12@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil jiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi – sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Malang, 29 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Shinta Yumeida

**PENGARUH SIKAP TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PADA
KERIPIK APEL MEREK RAMAYANA DI KOTA BATU
BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB)**

Shinta Yumeida¹, Rohmat Dwi Jatmiko²

Program Studi Manajemen, FEB UMM
E-mail: shintayumeida12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sikap terhadap perilaku pembelian pada Keripik Apel merek Ramayana di Kota Batu berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teknik pengambilan sampel menggunakan *Quota Sampling*. Penelitian ini dilakukan pada pembeli apel “Ramayana” yang berjumlah 250 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda & analisis regresi sederhana. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian, niat pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian.

Kata Kunci: Sikap, Norma subjektif, Kontrol perilaku, Niat pembelian, Perilaku pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku Pembelian Pada Keripik Apel Merek Ramayana Di Kota Batu Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB)”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang atas dedikasi yang telah menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada Lembaga Pendidikan yang Beliau pimpin.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang atas pengabdian yang telah memberikan bimbingan dan dukungan.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang atas pengabdian yang telah memberikan kemajuan jurusan Prodi Manajemen.
4. Rohmat Dwi Jatmiko, Dr. Drs., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang penuh dengan kesabaran, ketelatenan dalam membimbing saya, dan meluangkan waktunya serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Terima kasih kepada Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengetahuan, mendidik, dan membimbing saya selama perkuliahan, khususnya bapak R. Iqbal Robbie, Dr., S.E., M.M., selaku Wali Dosen saya.
6. Kedua orang tua yang saya cintai, Ayah Jarkasi dan Mama Lilis Mujayati, yang memberikan kasih sayang doa, nasehat serta dukungan yang tak pernah

berhenti, selalu menjadi tempat ternyaman untuk kembali pulang dan mendukung setiap perjalanan yang saya lakukan.

7. Keluarga besar saya umik Yuliani, mas Dimas Aditya mbak Kiki Novia, dan keponakan Arya Dzaky terimakasih untuk selalu mendukung saya dalam keadaan apapun, dan menghibur pada saat masa sulit menyusun skripsi.
8. Sahabat-sahabat saya, Denada Nabila, Nailatin Ni'mah, Shava Yunia Setyowati, dan Kharisma Nur Azizah yang selalu menghibur, memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah selama perjalanan perkuliahan dan mendukung penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen H 2020 Universitas Muhammadiyah Malang.
10. Teman-teman seperbimbingan skripsi Keisya Laulindra dan Lina inas Nafisah yang saling mendukung serta saling membantu.
11. Serta kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu namun telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih banyak saya ucapkan. **Jazakumullah Ahsanal Jaza'**

Malang, 29 Mei 2024

Penulis,

Shinta Yumeida

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB 2 KAJIAN TEORI	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Teori Utama.....	22
2.2.1 Sikap	22
2.2.2 Norma Subjektif.....	22
2.2.3 Kontrol Perilaku.....	22
2.2.4 Niat Pembelian.....	23
2.2.5 Perilaku Pembelian	23
2.3 Kerangka Pikir.....	23
2.4 Hipotesis.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi / Objek dan Waktu penelitian.....	26
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel dan Sampling	26
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Sumber Data	31

3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	31
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.7.1	Uji Validitas.....	32
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.8	Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1	Rentang Skala.....	33
3.8.2	Analisis Data Penelitian.....	34
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.4	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.8.5	Uji Hipotesis.....	36
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Umum Mengenai Keripik Apel Merek Ramayana.....	38
4.2	Karakteristik Responden.....	39
4.2.1	Usia.....	39
4.2.2	Status Sosial.....	40
4.2.3	1x Beli.....	40
4.3	Hasil Uji Instrumen.....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.4	Deskripsi Data.....	42
4.4.1	Variabel Sikap.....	43
4.4.2	Variabel Norma Subjektif.....	44
4.4.3	Variabel Kontrol Perilaku.....	46
4.4.4	Variabel Niat Pembelian.....	46
4.4.5	Variabel Perilaku Pembelian.....	48
4.5	Analisis Data Penelitian.....	49
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	50
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
4.6.1	Uji Normalitas.....	50
4.6.2	Uji Multikolinearitas.....	52
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.6.4	Uji Hipotesis.....	54
4.7	Pembahasan.....	56
4.7.1	Pengaruh Sikap (X1) terhadap Niat Pembelian (Y).....	56
4.7.2	Pengaruh Norma Subjektif (X2) terhadap Niat Pembelian (Y).....	57
4.7.3	Pengaruh Kontrol Perilaku (X3) terhadap Niat Pembelian (Y).....	58
4.7.4	Pengaruh Niat Pembelian (M/Z) terhadap Perilaku Pembelian (Y).....	59

KESIMPULAN.....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	61
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	61
5.2.2 Implikasi Praktis	62
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	63
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2. Skala Likert.....	31
Tabel 3.3. Rentang Skala.....	34
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Sosial.....	40
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	40
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	41
Tabel 4.5. Uji Realibilitas Item Instrumen	42
Tabel 4.6. Deskripsi Variabel Sikap	43
Tabel 4.7. Deskripsi Variabel Norma Subjektif	44
Tabel 4.8. Deskripsi Variabel Kontrol Perilaku	46
Tabel 4.9. Deskripsi Variabel Niat Pembelian	47
Tabel 4.10. Deskripsi Variabel Perilaku Pembelian.....	48
Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	50
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas kolmogorov-smirnov.....	51
Tabel 4.14. Hasil Uji Normalitas kolmogorov-smirnov.....	51
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.16. Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.17. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.18. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.19. Hasil Uji t (Parsial).....	55
Tabel 4.20. Hasil Uji t (Parsial).....	56

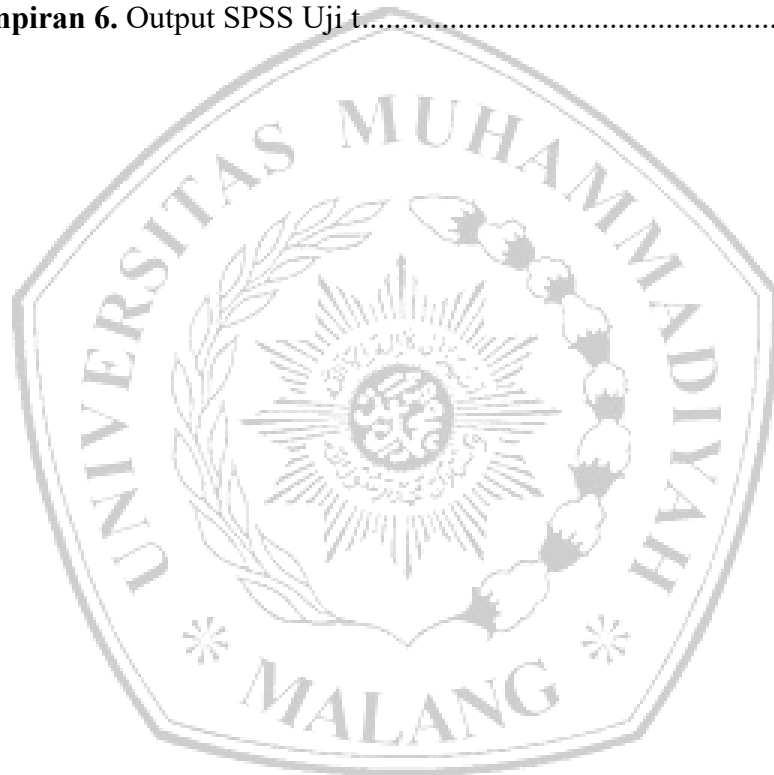
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Keripik Apel Merek Ramayana	38



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	72
Lampiran 2. Output SPSS Uji Validitas	76
Lampiran 3. Output SPSS Uji Reliabilitas.....	79
Lampiran 4. Output SPSS Uji Analisis Regresi Linear	80
Lampiran 5. Output SPSS Uji Asumsi Klasik	81
Lampiran 6. Output SPSS Uji t.....	85



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2008). Attitudes and attitude change. Psychology Press: WD Crano eds.
- Ajzen, I. (2012). *The theory of planned behavior* (Volume I). Handbook of Theories of social Psychology.
- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifani, A. (2018). Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran. In *PT Rajagrafindo Persada*.
- Andrianto (Institut Pertanian Bogor), M. S., Sayekti (Institut Pertanian Bogor), A., & Daniel (Institut Pertanian Bogor), F. (2021). Analisis Sikap Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffee Shop Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 5(2), 75–84. <https://doi.org/10.30988/jmil.v5i2.702>
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat beli dan keputusan pembelian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Sifat manusia yang tidak pernah puas dan mempunyai beragam keinginan menuntut produsen untuk selalu me. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480. <https://media.neliti.com/media/publications/255052-pengaruh-sikap-dan-norma-subjektif-terha-76c7ce29.pdf>
- Aziz, M. L., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleland Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.326>
- Bilhuda, U., & Thamrin, T. (2022). Pengaruh Norma Subjektive Terhadap Minat Pembelian Produk Sepatu Adidas Palsu Melalui Sikap Sebagai Variabel Mediasi Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Banking and Management Review*, 11(1), 1569–1581. <https://doi.org/10.52250/bmr.v11i1.502>
- Darmawan, D. (2022). Studi pada perilaku pembelian rokok tanpa cukai berdasarkan harga dan citra merek. 5(2), 130–143.

- Daryanti, Siti, E., & Irianto, H. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Pembelian Produk Pertanian Organik Secara Online Pada Generasi X The Influence of Attitudes, Subjective Norms and Behavioral Controls on Intentions to Purchase Organic Agricultural Product. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 568–574.
- De Cannière, M. H., De Pelsmacker, P., & Geuens, M. (2009). Relationship Quality and the Theory of Planned Behavior models of behavioral intentions and purchase behavior. *Journal of Business Research*, 62(1), 82–92. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.001>
- Della, V., & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 174–185. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.26>
- Di, P., & Sari, T. (2020). Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. 1, 232–243.
- Eriyani, & Wiyono. (2017). Pengaruh Sikap, Persepsi Kontrol Perilaku, Dan Norma Subjektif Pada Niat Beli Kosmetik Organik: Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Fokus Manajerial*, 11(2), 140–154.
- Evelyna, F. (2021). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembeian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, VIII(1), 1. <https://doi.org/10.54131/jbma.v8i1.113>
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.177>
- Ferinaldy, F., Muslikh, M., & Huda, N. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11(2), 211–222. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i2.1531>

- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 19 Edisi ke -5 Semarang
- Ghozali. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25.
- Han, H., & Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659–668. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.01.001>
- Herawati, J. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Secara Online Menggunakan Facebook Berdasarkan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.169>
- Hidayah, A., & Mudjiyanti, R. (2020). Pengaruh Sikap, Fashion Leadership, Kepercayaan Konsumen Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Produk Fashion Secara Online. *In Prosiding Seminar Nasional LPPM UMP*, 458–469.
- Imtihanah, A. N. (2022). Analisis Faktor Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Masyarakat Non Muslim pada Halal Food di Kota Metro. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 66–73. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i1.6512>
- Irawan, D., Widhi N, P., Sagiman, R., & Nugroho, S. (2020). Pengaruh Theory Planned Behavior terhadap Keputusan Menabung di Rekening Syariah. *Indonesian Business Review*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.21632/ibr.3.1.1-14>
- Irawan, T., Pramudya, A. H., & Manafe, L. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 523–533. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.275>
- Juairiah, J., Busono, G. A., & Fadeli, D. (2019). Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Online Di Sungai Lilinmusi Banyuasin. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 164. <https://doi.org/10.32502/jimn.v6i2.1587>

- Kamela, H. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Theory Planned Of Behaviour (TPB) Terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak : Studi Kasus KPP Palembang Ilir Barat. 5(2), 201–209.
- Kothe, E. J., & Mullan, B. A. (2014). A randomised controlled trial of a theory of planned behaviour to increase fruit and vegetable consumption. *Fresh Facts. Appetite*, 78, 68–75. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.03.006>
- Kotler, p., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing An Intruducing Prentice Hall Twelfth Edition*. England : Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Principles of Markerting* (Edition 12). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Gramedia.
- Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 509–520. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.570>
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: Young consumers. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(6), 573–586. <https://doi.org/10.1108/02634500810902839>
- Levi, Kurniawan, R., Laura, W., Bisnis, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2024). *Pengaruh Sikap , Norma Subyektif , Dan Kontrol Generasi Milenial*. 9(2).
- Maharani, N. P. J., Muhamad Evan Hoediansyah, Yolana Salsabilla, & Muhamad Fauzan Siswantoro. (2022). Analisis Perilaku Mahasiswa Dalam Melakukan Belanja Online Melalui Aplikasi Tiktok Menggunakan Theory of Planned Behavior. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 70–79. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v2i1.270>
- Mantala, I. P. F., Kt, G. A., & Suasana, G. (2019). DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Teknologi diseluruh dunia semakin berkembang pesat ,

terutama di dunia komunikasi , sehingga batas antar benua seakan tidak berarti lagi . Perkembangan inovasi. 8(3), 1487–1514.

- Mawarni, P. N. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Dan Prilaku Konsumen Terhadap Niat Beli Pada Ud Cahaya Camilan Singaraja. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 78–85. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1061>
- Mutholiah, F., & Widiyanto, W. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Celebrity Endorser. *Business and Accounting Education Journal*, 2(2), 208–218. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50648>
- Nadiya, A. F., & Ishak, A. (2022). Analisis Niat Beli dan Perilaku Konsumen terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(03), 186–204.
- Ningtyas, Y., Fitria, D., Sryta Pradani, Y., Puspita Arum, N., & Maknun, L. (2021). Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora 42 Yunita Ningtyas, Dessy Fitria, Yolanda Sryta Pradani, Mutohar, Nisa Puspita Arum & Lu’Luul Maknun Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(08), 42–49.
- Pada, K., & Delblack, B. (2023). Behavior At Brand Delblack Pengaruh Social Media Advertising Dan Endorsement Terhadap Perilaku Pembelian. 4(April), 2120–2130.
- Periyadi, P., Junaidi, J., & Maulida, N. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 152. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.2907>
- Pramana, M. Z. R., Winarno, S. T., & Amir, I. T. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior (Studi Kasus di Pasar Modern Cirtaland, Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 86. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2853>

- Purwantini, F., & Tripalupi, L. E. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 48. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29201>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Putri, D., Ari, S., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (n.d.). Analisis perilaku patuh pajak orang pribadi berdasarkan theory of planned behavior dan kepercayaan terhadap pemerintahan. 1, 32–38.
- Rafiki, A., Hidayat, S. E., & Nasution, M. D. T. P. (2023). An extensive effect of religiosity on the purchasing decisions of halal products. *PSU Research Review*. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2022-0093>
- Samudra, T., & Linda Wati. (2006). Pengaruh Religiusitas, Sikap, Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Produk Wardah Berlabel Halal. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2252), 58–66.
- Sarjana, P., Mercu, U., & Jakarta, S. (2021). *767-Article Text-2569-1-10-20210126*. 23(1), 37–48.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Customer Behavior* (Edisi 11 G). England: Pearson Education Limited.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2007). *Consumer Behavior*, 9th ed. Prentice-Hall Inc, Nj.
- Setiawan, H. (2021). Pengaruh Sikap Individu terhadap Budaya Korea pada Keputusan Pembelian Minat Beli terhadap Produk Merek Kosmetik Korea sebagai Pemediasi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1147–1154. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.393>
- Simanihuruk, P., Tamba, D., & Sagala, R. (2021). Perngaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat berwirausaha dengan pendekatan theory of planned behavior (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 98–112. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1189>

- Simanungkalit, I. P. (2021). Faktor yang memengaruhi perilaku peduli lingkungan : pengembangan model menggunakan theory of planned behavior. *6*(2), 195–207.
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSARAT di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *8*(1), 511–520.
- Suarjana, I. K. A., & Suparna, G. (2019). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Produk Sepatu League. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8*(10), 6281. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p21>
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif. Bandung Alfabeta
- Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. alfabeta.
- Taut, D., Baban, A. (2012). Relative contribution of affective and cognitive attitudes in predicting physical activity. (16th ed.).
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of Retailing*, *70*(2), 163–178. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90013-2)
- Triana, D. (2019). Pengaruh persepsi dan sikap konsumen milenial tentang kehalalan produk terhadap keputusan pembelian street foods di Makassar. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat 2019*, 458–463. <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/viewFile/1987/1830>
- Wahyuni, T., Jul, :, & Fadli, A. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kendali Perilaku Terhadap Niat Beli Ulang Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, *9*(1), 22–38.
- Witriyana, Y., Faisal, I., & Rifani, A. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Shopee.

Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia, 2(1), 39–52.

<https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jim/article/view/1757/1417>

Zahrati, Z., Siregar, W. V, & Razif, R. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Kuota Internet Di Kota Lhokseumawe. *Journal for Management ...*, 2(1), 1–5.

<https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms/article/view/6758%0A>



PENGARUH SIKAP TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PADA KERIPIK APEL MEREK RAMAYANA DI KOTA BATU BERDASARKAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to University of Muhammadiyah
Malang

Student Paper

3%

2

journal.ipm2kpe.or.id

Internet Source

2%

3

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On