

BAN 7
KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Tema Penelitian & Nama Peneliti	Analisis Data & Variabel	Hasil Penelitian
1.	Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal (Ningtyas et al., 2021)	Sikap ; Norma Subjektif ; Persepsi Kontrol Perilaku ; Niat Beli ; Sertifikat Halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli 2. Norma Subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli 3. Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli 4. Meningkatkan pemahaman mengenai produk bersertifikat halal
2.	Persepsi dan Sikap Terhadap Perilaku Pembelian Produk Pangan Fungsional Pada Generasi Milenial (Sarjana et al., 2021)	Persepsi ; Sikap ; Pangan Fungsional ; Generasi Milenial	Persepsi konsumen generasi milenial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian pangan fungsional
3.	Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Pada Minimarket Mawar Balimbingan (Fadhila et al., 2020)	Sikap Konsumen ; Persepsi Konsumen ; Perilaku Pembelian	Sikap konsumen dan persepsi konsumen berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian, terdapat hubungan yang kuat antara sikap konsumen dan persepsi dengan perilaku pembelian
4.	Analisis Perilaku pembelian dalam Niat Pembelian Sayuran Melalui Pendekatan <i>Theory Of Planned Behavior</i> (Pramana et al., 2023)	Perilaku Pembelian ; Niat Pembelian ; <i>Theory Of Planned Behavior</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap, norma subjektif, kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli pada produk sayuran 2. Niat pembelian berpengaruh secara

No	Tema Penelitian & Nama Peneliti	Analisis Data & Variabel	Hasil Penelitian
			positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian terhadap produk sayuran
5.	Analisis Sikap Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Di Coffee Shop Jabodetabek (Andrianto Institut Pertanian Bogor et al., 2021)	Sikap Konsumen ; Perilaku Pembelian ; Pandemi Covid-19 ; Kedai Kopi	Analisis menunjukkan sikap konsumen pada masa pandemic berpengaruh negatif terhadap perilaku pembelian di coffe shop
6.	<i>Theory Of Planned Behavior</i> untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial (Evelyna, 2021)	Sikap ; Norma Subjektif ; Persepsi Kontrol Perilaku ; Niat Beli	Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian tiket secara online pada generasi milenial
7.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Berwirausaha Dengan Pendakatan <i>Theory Of Planned Behavior</i> (Simanihuruk et al., 2021)	Sikap ; Norma Subjektif ; Kontrol Perilaku ; Niat Wirausaha	Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat berwiusaha
8.	Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Pembelian Produk Sepatu Adidas Palsu Melalui Sikap Sebagai Variabel Mediasi (Bilhuda & Thamrin, 2022)	Sikap ; Norma Subjektif ; Niat Beli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli mahasiswa di Univ negeri padang tentang sepatu adidas palsu 2. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap sikap mahasiswa di Univ negeri padang tentang sepatu adidas palsu

No	Tema Penelitian & Nama Peneliti	Analisis Data & Variabel	Hasil Penelitian
			3. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli mahasiswa di Univ negeri padang tentang sepatu adidas palsu 4. Norma subjektif berpengaruh terhadap niat beli sepatu adidas palsu setelah melalui sikap sebagai variabel mediasi pada mahasiswa di Univ negeri padang
9.	Pengaruh sikap, persepsi kontrol perilaku, dan Norma subjektif pada niat beli kosmetik organic (Eriyani & Wiyono, 2017)	Sikap ; Persepsi Kontrol Perilaku ; Norma Subjektif ; Niat Beli	Sikap terhadap pembelian kosmetik organik, persepsi Kontrol perilaku, dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk organik kosmetik
10.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Produk Levis Pada Generasi Milenial (Levi et al., 2023)	Sikap ; Norma Subjektif ; Kontrol Perilaku ; Niat Beli	Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli Produk Levis Pada Generasi Milenial
11.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Kosmetik (Purwantini & Tripalupi, 2021)	Sikap ; Norma Subjektif ; Kontrol Perilaku ; Niat Beli	Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan silmutan sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap niat beli kosmetik konsumen
12.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Kuota Internet Di Kota Lhokseumawe (Zahrati et al., 2022)	Sikap ; Theory Of Planned Behavior: Norma Subjektif ; Kontrol Perilaku ; Niat Pembelian	1. Sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli kuota internet 2. Norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh signifikan

No	Tema Penelitian & Nama Peneliti	Analisis Data & Variabel	Hasil Penelitian
			terhadap niat beli kuota internet
13.	Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Produk Sepatu League (Suarjana & Suparna, 2019)	Sikap ; Norma Subjektif ; Niat Beli	3. Sikap dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk sepatu League
14.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Produk Secara Online Di Shopee (Witriyana et al., 2019)	Sikap ; Norma Subjektif ; Kontrol Perilaku ; Niat Beli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap, norma subjektif, kontrol perilaku mempunyai pengaruh secara simultan terhadap niat beli online di shopee Indonesia 2. Sikap dan norma subjektif tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap niat beli online di shopee indonesia 3. Kontrol perilaku mempunyai pengaruh secara parsial terhadap niat beli online di shopee Indonesia
15.	Sikap dan Persepsi Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Online Di Sungai Lilinmusi Banyuwasin (Juairiah et al., 2019)	Persepsi ; Sikap ; Perilaku Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi dan sikap konsumen secara bersama-sama signifikan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pembelian 2. Secara parsial membuktikan bahwa, sikap konsumen berpengaruh signifikan perilaku pembelian 3. Sedangkan persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian

2.2 Teori Utama

Menurut (Han & Kim 2010) Theory of Planned Behavior adalah faktor penentu konseptual niat. Secara khusus, niat didasarkan pada variabel yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan kontrol berperilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) mengacu pada tingkat evaluasi atau penilaian positif atau negatif individu dari kinerja perilaku. Sikap didasarkan pada keyakinan berperilaku yang menonjol dan evaluasi hasil. Keyakinan berperilaku (*behavioral beliefs*) mengacu pada kemungkinan yang dirasakan dari terjadinya suatu hasil yang diharapkan karena terlibat dalam perilaku tertentu, dan evaluasi hasil melibatkan penilaian dari kemungkinan konsekuensi dari perilaku tertentu.

2.2.1 Sikap

Menurut (Schiffman & Kanuk, 2007)) sikap merupakan ekspresi perasaan yang berasal dari dalam diri individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, positif atau tidak positif suka atau tidak suka dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Menurut (Aryadhe et al., 2018) menjelaskan bahwa sikap adalah pandangan seseorang akan suatu objek. Sikap juga diartikan sebagai keyakinan seseorang untuk dapat meraih hasil yang diharapkan dengan perilaku dan nilai yang ditaruh. Adapun indikator sikap menurut (Ajzen, 2012) adalah *behavioral beliefs* dan *outcome evaluation*.

2.2.2 Norma Subjektif

Norma Subjektif menurut (Ajzen, 2008) menjelaskan bahwa norma subjektif adalah perasaan atau pendugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu. Norma subjektif mencerminkan persepsi pembeli tentang apa yang mereka anggap bahwa orang lain ingin agar mereka melakukan perilaku khusus (Suarjana & Suparna 2019).

2.2.3 Kontrol Perilaku

Menurut (Kotler, 2008) kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Menurut (Eriyani & Wiyono, 2017) Kontrol

perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya dalam menampilkan suatu perilaku dan merupakan refleksi dari pengalaman masa lalu dan bentuk antisipasi dari suatu hambatan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*), dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*).

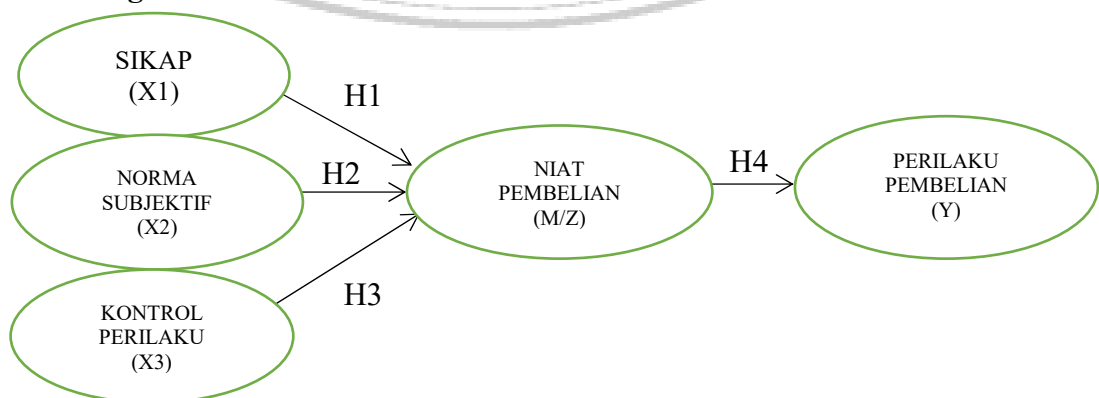
2.2.4 Niat Pembelian

Menurut (Schiffman, L. G. & Wisenblit, 2015) niat pembelian sering disebut dengan komponen konatif pada sikap yang berkaitan dengan kemungkinan pembeli untuk membeli produk tertentu. Dimana menurut (Kotler, P., Armstrong, 2008) terdapat lima tahap proses pembelian, yaitu pengenalan, kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, perilaku pembelian dan pasca setelah pembelian.

2.2.5 Perilaku Pembelian

Menurut (Kotler, P., & Amstrong, 2015) Perilaku pembelian adalah perilaku kegiatan yang secara langsung terlihat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian atau tidak dari produk yang ditawarkan pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut (Kotler, P., & Amstrong, 2016). Ketika pembeli memutuskan untuk membeli suatu produk dikarenakan adanya ketertarikan untuk mencoba, menggunakan, atau memiliki produk tersebut tindakan pembeli untuk membeli produk tersebut disebut dengan perilaku pembeli.

2.3 Kerangka Pikir



2.4 Hipotesis

a. Sikap berpengaruh terhadap niat pembelian

Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian menurut Aziz & Sulistiono (2020) ; Daryanti et al., (2021); Hidayah & Mudjiyanti (2020); Mantala et al., (2019); Setiawan (2021) berdasarkan penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan hipotesis yaitu semakin positif sikap pembeli terhadap suatu produk maka semakin besar pula niat pembelian pembeli terhadap suatu produk.

H1 : Sikap berpengaruh positif & signifikan terhadap niat pembelian

b. Norma Subjektif berpengaruh terhadap niat pembelian

Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian menurut Irawan et al., (2020) ; Samudra & Linda Wati (2006); Mawarni (2022); Wahyuni et al., (2021) berdasarkan penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan hipotesis yaitu bahwa norma subjektif terhadap niat pembelian, baik dalam bentuk norma injunctive maupun norma deskriptif, dapat mempengaruhi niat individu untuk melakukan pembelian.

H2 : Norma Subjektif berpengaruh positif & signifikan terhadap niat pembelian

c. Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap niat pembelian

Kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian menurut Ferinaldy et al., (2019); Herawati (2019); Imtihanah (2022); Maharani et al., (2022) berdasarkan penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan hipotesis yaitu dapat dilihat berdasarkan sumber daya yang dimiliki oleh seorang individu yang pada akhirnya akan menyebabkan kuatnya intensi untuk melakukan niat pembelian dan menghasilkan hasil yang positif.

H3 : Kontrol Perilaku berpengaruh positif & signifikan terhadap niat pembelian

d. Niat Pembelian berpengaruh terhadap perilaku pembelian

Niat pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku

pembelian menurut Aryadhe et al., (2018); Nadiya & Ishak (2022); Periyadi et al., (2020) ; Kristian et al., (2021) berdasarkan penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan hipotesis yaitu niat pembelian berkaitan erat dengan perilaku pembelian, dimana niat digunakan untuk memprediksi kecenderungan seseorang akan melakukan atau tidak melakukan perilaku pembelian.

H4 : Niat Pembelian berpengaruh positif & signifikan terhadap perilaku pembelian

