

INTISARI

Perkembangan perusahaan-perusahaan retail di Indonesia sangat pesat, hal ini dikarenakan sektor retail merupakan peluang bisnis yang memiliki prospek cerah, terlebih di Indonesia yang jumlah penduduknya sangat besar dengan kebutuhan yang besar pula serta daya beli yang semakin baik. Untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya, maka diperlukan pemahaman mengenai sikap dan minat dari konsumen yang cenderung berubah-ubah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini untuk memahami sikap dan pengaruhnya terhadap minat konsumen adalah *theory of planned behavior*. Teori ini mengemukakan bahwa minat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun norma subyektif dan kontrol berperilaku.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol berperilaku yang dirasakan, dan perilaku lampau terhadap minat konsumen untuk berbelanja kembali di perkulakan Makro Meruya Ilir Jakarta Barat. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa sikap (Ab), norma subyektif (SN), dan perilaku lampau (PB) ketiganya mempunyai pengaruh yang positif, sedangkan kontrol berperilaku mempunyai pengaruh negatif atau sebaliknya terhadap minat konsumen untuk berbelanja kembali. Norma Subyektif dan kontrol berperilaku merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat konsumen untuk berbelanja kembali. Nilai R Square adalah 0,577 yang berarti bahwa 57,7% minat konsumen untuk berbelanja di Makro dapat dijelaskan oleh variabel sikap, norma subyektif, kontrol berperilaku, dan perilaku lampau konsumen. Dari hasil uji F diperoleh kesimpulan bahwa variabel sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja di perkulakan Maro Meruya Ilir Jakarta Barat.

Kata kunci: theory of planned behavior, sikap, norma subyektif, kontrol berperilaku & minat,

ABSTRACT

The development of retail companies in Indonesia is very rapid, because this sector is a good business opportunity since Indonesia has a big number of people with the great number of needs. To get the consumers as many as possible, retail companies have to understand about consumer attitude and attention that tend to be changeable.

In understanding the attitude and its influence to the consumer attention, this research used theory of planned behavior. This theory said that attention is the moderating variable that occurs in response to behavior prompted by a particular attitude or other variable.

The objective of this research is to know how the consumers' attention to shop in Makro is influenced by attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. Sampling method in this research is purposive convenience sampling with number of samples are 100 respondents.

The conclusions of this research are attitudes, subjective norms, and past behavior have positive influence to the consumers' attention. But perceived behavioral control have negative influence to the consumers' attention. Subjective norms is the dominant variable in this finding. The R Square in the regression is 0,577, it means that 57,7% of respondents' attention can be explained by attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and past behavior. And the conclusion of the F test is that attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and past behavior do together influential to the consumers' attention to shop in Makro Meruya Ilir Jakarta Barat.

Keywords: theory of planned behavior, attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and attention