

ANALISIS PENGARUH TPB TERHADAP MINAT KONSUMEN MENDATANGI ECO GREEN PARK

Oleh:

Renny Verena Sari Situmorang

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya

JL. MT. Haryono 165 Malang

Dosen Pembimbing :

Dr. Sudjatno, SE., MM

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel independen yaitu (1) sikap terhadap perilaku, (2) norma subjektif dan (3) kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 40 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara non acak (*nonprobability sample*) dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji yang digunakan dalam menguji instrumen penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji hipotesis menggunakan uji f_{hitung} dan t_{hitung} . Untuk menganalisis data digunakan uji regresi linier berganda dan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji non multikolinearitas dan uji non heteroskedastisitas. Dari hasil analisis, dapat diketahui bahwa ketiga variabel secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park. Sedangkan, secara parsial hanya variabel sikap terhadap perilaku yang berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.

Kata kunci: Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan, Minat Konsumen Eco Green Park

PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya Kota Batu telah menjadi salah satu tempat tujuan wisata bagi wisatawan. Salah satu tempat wisata yang terdapat di Kota Batu adalah Eco Green Park (EGP). Didukung dengan kondisi udara yang sejuk dan masih asri di Kota Batu, Eco Green Park mengambil tema nuansa lingkungan dan ekosistem.

Dikutip dari halaman resminya (<http://www.ecogreenpark.co.id/>), EGP menawarkan sekitar 35 wahana yang memadukan Konsep Wisata Alam, Kebudayaan, Lingkungan dan

Seni Inspiratif, Menarik dan Mendidik bertujuan sebagai tempat edukasi dan hiburan kepada pengunjung sehingga selain terhibur dengan wahana yang ditawarkan, pengunjung juga mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat. Mengingat tempat wisata sejenis EGP masih jarang di daerah Malang Raya, kemungkinan calon pengunjung memiliki minat yang cukup besar untuk mengunjungi EGP dikarenakan adanya keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru. Namun, bisa juga berdampak sebaliknya.

Dalam artian sederhana, minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Setiap

orang memiliki ketertarikan yang berbeda - beda dan dapat berubah - ubah terhadap suatu objek, sehingga pemasar perlu memahami apa yang menjadi minat konsumen dan faktor apa yang dapat mempengaruhi minat konsumen.

Dalam studi perilaku konsumen dijelaskan bahwa terdapat dua variabel yang mempengaruhi minat konsumen yakni sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Hubungan minat konsumen dan kedua variabel tersebut dijelaskan dalam *Theory Reasoned of Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein dalam Schiffman dan Kanuk (2008: 229).

Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) diukur dari maksud atau minat untuk membeli (komponen konatif). Komponen konatif tersebut merupakan salah satu komponen dalam model sikap tiga komponen yang memiliki hubungan keterlibatan dengan komponen kognitif (kepercayaan merek) dan komponen afektif (evaluasi merek) yang diintegrasikan dalam teori TRA, sedangkan norma subjektif merupakan pengukuran terhadap kepercayaan normatif yang konsumen hubungkan dengan orang lain dan motivasi apa yang mendasari konsumen untuk mengikuti pendapat orang lain (Schiffman dan Kanuk, 2008: 230).

TRA yang dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein selanjutnya dikembangkan oleh Icek Ajzen dengan meneliti juga kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioural control*). Pengembangan TRA ini dinamakan TPB (*Theory of Planned Behaviour*). Kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioural control*) dalam penelitian ini berfungsi

untuk mengetahui apakah konsumen memiliki persepsi mengenai kesulitan atau kemudahan apabila melakukan suatu tindakan dan pengalaman masa lalu konsumen yang digunakan konsumen sebagai bahan pertimbangan terhadap minat konsumen mendatangi EGP.

Beberapa peneliti yakni Intan Dyah Angreini (2013) dan Ni Made Rastini (2013) menggunakan TRA dengan dua variabel untuk mengetahui minat konsumen. Berbeda dengan kedua peneliti sebelumnya, terdapat tiga peneliti yang menggunakan TPB untuk mengetahui minat konsumen baik secara parsial maupun simultan yakni Muchlis H. Mas'ud (2012), C Citra Chandoko (2013) dan Burhanudin (2013) sehingga diharapkan hasil penelitian mendekati minat konsumen yang sebenarnya. Hasil penelitian yang dilakukan ketiga peneliti di atas menunjukkan hasil yang berbeda – beda.

Dalam penelitian ini, diteliti ketiga variabel secara parsial dan simultan. Alasan diteliti secara parsial adalah untuk mengetahui apakah setiap variabel memiliki pengaruh terhadap minat konsumen mendatangi EGP dikarenakan mengingat hasil penelitian C Citra Chandoko (2013) memiliki hasil yang berbeda dengan peneliti lainnya. Alasan diteliti secara simultan dikarenakan empat dari lima peneliti meneliti secara simultan, berarti penelitian tersebut penting untuk dilakukan.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka terdapat beberapa rumusan permasalahan, yakni :

1. Apakah sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park?
2. Apakah norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park ?
3. Apakah kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioural control*) berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park ?
4. Apakah sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioural control*) secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap perilaku terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.
2. Untuk menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.
3. Untuk menganalisis pengaruh kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.
4. Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang

dipersepsikan secara simultan terhadap Eco Green Park.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Untuk mengetahui minat konsumen, pemasar dapat mempelajarinya dalam studi perilaku konsumen. Secara umum, perilaku konsumen merupakan studi yang menjelaskan bagaimana konsumen berperilaku dalam mencari, mengkonsumsi hingga mengevaluasi suatu produk. .

James F. Engel et al dalam Anwar Prabu Mangkunegara (2012: 3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan- tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang- barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan- tindakan tersebut.

Sikap Terhadap Perilaku (*attitude toward behaviour*)

Secara sederhana sikap merupakan rasa suka atau tidak suka individu terhadap suatu objek tertentu. Menurut Sciffman dan Kanuk (2008: 222) dalam konteks perilaku konsumen sikap adalah kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu.

Model sikap terhadap perilaku mengetahui sikap konsumen berdasarkan tindakan konsumen itu sendiri daripada hanya mengetahui

sikap konsumen terhadap objek yang diminatinya.

Norma Subjektif (*subjective norm*)

Norma subjektif merupakan sejauhmana individu mengikuti pengaruh pendapat dari orang lain yang dianggap penting. Schiffman dan Kanuk (2008: 230) mendefinisikan norma subjektif sebagai faktor yang dapat diukur secara langsung dengan menilai berbagai *kepercayaan normatif yang individu hubungkan dengan orang-orang lain*, maupun *motivasi individu untuk menuruti setiap orang lain* (Schiffman dan Kanuk, 2008: 230).

Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*perceived behavioural control*)

Dikutip dari www.academia.edu kontrol perilaku yang dipersepsikan merupakan persepsi mengenai sulit atau mudahnya seseorang untuk menampilkan tingkah laku tertentu dan diasumsikan yang merefleksikan pengalaman masa lalu beserta halangan atau rintangan yang diantisipasi. Pendapat yang sama diungkapkan oleh Azwar dalam Burhanudin (2013:) bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan perkiraan seseorang mengenai sulit atau tidaknya untuk melakukan perilaku tertentu.

Minat Konsumen

Dalam artian sederhana, minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Setiap orang memiliki ketertarikan yang berbeda-beda dan dapat berubah-ubah

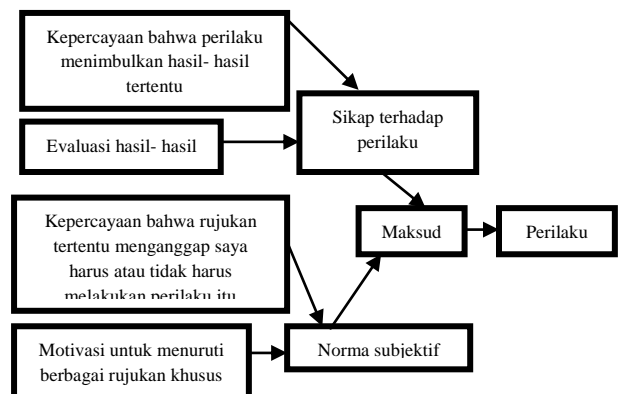
terhadap suatu objek, sehingga pemasar perlu memahami apa yang menjadi minat konsumen dan faktor apa yang dapat mempengaruhi minat konsumen. Mowen dan Minor dalam Ni Made Rastini (2013: 108) menyatakan bahwa *behavioural intentions* sebagai minat berperilaku yaitu minat konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang dan menggunakan produk atau jasa.

TRA (*Theory of Reasoned Action*)

TRA merupakan teori yang menjelaskan bahwa minat konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yakni sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) dan norma subjektif (*subjective norm*).

Berikut merupakan model Theory of Action (TRA) :

Model Theory of Action (TRA)



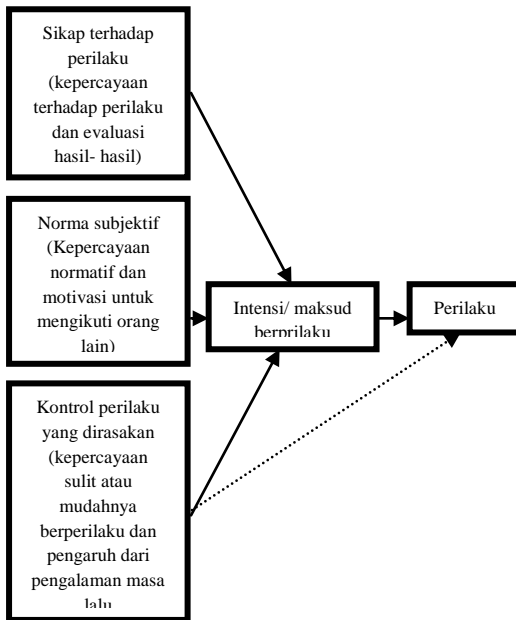
Sumber : Schiffman dan Kanuk (2008: 229)

TPB (*TheoryPlanned of Behaviour*)

Theory Planned of Behaviour (TPB) merupakan pengembangan dari

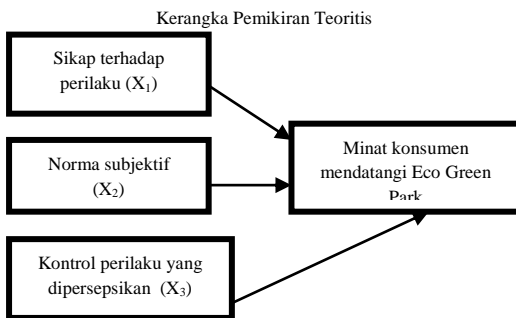
Theory of Reasoned Action (TRA) dengan menambahkan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioural control*) sebagai faktor yang juga mempengaruhi minat konsumen. Model TPB ditunjukkan seperti berikut :

Model Theory Planned of Behaviour (TPB)



Sumber : <http://www.tcd.ie/> , diakses 23 Agustus 2014

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : kerangka pikir yang diolah peneliti, 2014

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁:sikap terhadap perilaku berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park

H₂:norma subjektif berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park

H₃:kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park

H₄:sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (2006: 5) mengemukakan bahwa *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel- variabel melalui pengujian hipotesis.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Brawijaya (UB) yang belum pernah mendatangi Eco Green Park. Jumlah konsumen yang belum pernah mendatangi Eco Green Park tidak diketahui secara pasti.

Sampel

Penelitian ini berpedoman pada pendapat Roscoe yang ketiga untuk menentukan ukuran sampel. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 4 (empat), yang terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Sehingga, jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 40 sampel (4x10).

Pengambilan seluruh sampel dilakukan secara non acak (*nonprobability sample*) yakni pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama terhadap setiap responden dalam populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2008: 122).

Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yakni data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti (Anwar, 2011: 104). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari jawaban responden pada kuesioner yang telah dibagikan.
2. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain (Anwar 2011: 104). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari situs resmi EGP (<http://www.ecogreenpark.co.id>).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yakni melalui wawancara dan kuesioner.

Variabel, Indikator dan Item Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Item
TRA (Theory Reasoned of Action)	Sikap terhadap perilaku (X ₁)	Kepercayaan terhadap perilaku	X _{1,1} Eco Green Park merupakan tempat wisata yang mendukung konsumen tentang lingkungan dan ekosistem
			X _{1,2} Eco Green Park merupakan tempat wisata untuk segala usia
		Evaluasi hasil-hasil tertentu	X _{1,3} Setelah berkunjung, konsumen akan mendapatkan pengetahuan baru tentang lingkungan dan ekosistem
	Norma subjektif (X ₂)	Kepercayaan normatif	X _{1,4} Berkunjung ke Eco Green Park akan membuat konsumen merasa senang
			X _{2,1} Teman/ keluarga berpendapat bahwa Eco Green Park sebagai tempat yang baik untuk didatangi
		Motivasi individu untuk mengikuti orang lain	X _{2,2} Konsumen datang ke Eco Green Park karena menganggap pendapat teman/ keluarga baik untuk dilakukan
TPB (Theory Planned of Behavior)	Kontrol perilaku yang dipersepsikan (X ₃)	Kepercayaan terhadap sulit atau mudahnya untuk berperilaku	X _{3,1} Harga tiket masuk Eco Green Park terjangkau
			X _{3,2} Lokasi Eco Green Park mudah ditemukan
			X _{3,3} Konsumen memiliki waktu luang untuk mendatangi Eco Green Park
		Pengalaman masa lalu	X _{3,4} Konsumen merasa senang mendatangi Eco Green Park karena sebelumnya pernah mendatangi tempat wisata dengan tema yang sama
Minat Konsumen (Y)		Transaksional	Y _{1,1} Konsumen ingin mendatangi Eco Green Park
		Refrensial	Y _{1,2} Konsumen mendatangi Eco Green Park untuk direfrensikan kepada orang lain
		Preferensial	Y _{1,3} Eco Green Park merupakan preferensi utama tempat wisata bagi konsumen
		Eksploratif	Y _{1,4} Konsumen mendatangi Eco Green Park untuk mencoba apakah tempat wisata ini sesuai dengan keinginan mereka

Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, digunakan skala likert dengan skala interval lima tingkat pada variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dan variabel dependen (Y), yaitu :

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b. Jawaban setuju diberi skor 4
- c. Jawaban netral diberi skor 3
- d. Jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data untuk jenis penelitian kuantitatif yakni statistik inferensial (sering juga disebut statistik induktif atau statistik probabilitas), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2008: 207).

Uji Validitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008: 172). Validitas instrumen ditentukan dengan membandingkan taraf signifikansi dengan nilai signifikansi pada tiap ítem pertanyaan. Jika nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan taraf signifikansinya maka ítem yang diuji valid dan sebaliknya jika nilai signifikansinya lebih besar dibandingkan dengan taraf signifikansinya maka ítem yang diuji tidak valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu instrumen penelitian menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu berlainan. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika perhitungan validitas lebih besar dari nilai kritisnya pada taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach*, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model regresi yang memenuhi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji asumsi normalitas, uji asumsi non multikolinearitas dan uji asumsi non heteroskeastisitas. Apabila model regresi memenuhi uji asumsi klasik berarti model regresi dinyatakan baik untuk digunakan. Penelitian ini menggunakan SPSS *for Windows* versi 20 untuk menguji model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, sehingga persamaan regresi untuk tiga variabel adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

Y = minat konsumen mendatangi Eco Green Park

a = konstanta, yaitu nilai Y jika $X_1, X_2, X_3 = 0$

b = koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan Y yang didasarkan X_1, X_2, X_3

X_1 = sikap terhadap perilaku

X_2 = norma subjektif

X_3 = kontrol perilaku yang dipersepsikan

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjawab dari rumusan permasalahan dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji T. Kriteria pengujian pada uji F yakni :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima; H_a ditolak
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak; H_a diterima

Sedangkan kriteria pengujian uji T yakni :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima; H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak; H_a diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan dan minat konsumen yang terdiri dari item- item pertanyaan, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan yang diuji memiliki kriteria valid dikarenakan setiap item

pertanyaan memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan taraf signifikansinya. Item- item pertanyaan yang dinyatakan valid pada keempat variabel memiliki arti bahwa item- item tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Terhadap Perilaku

Butir	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi (α)	Kriteria
1	0,000	0,01	Valid
2	0,000	0,01	Valid
3	0,000	0,01	Valid
4	0,000	0,01	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Norma Subjektif

Butir	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi (α)	Kriteria
1	0,000	0,01	Valid
2	0,000	0,01	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan

Butir	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi (α)	Kriteria
1	0,000	0,01	Valid
2	0,000	0,01	Valid
3	0,000	0,01	Valid
4	0,000	0,01	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Konsumen

Butir	Nilai Signifikansi	Taraf Signifikansi (α)	Kriteria
1	0,000	0,01	Valid
2	0,004	0,01	Valid
3	0,000	0,01	Valid
4	0,000	0,01	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2014

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan dan minat konsumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga keempat variabel reliabel. Artinya item- item pertanyaan yang diuji menunjukkan sebagai pengukuran yang memiliki konsistensi apabila pengukuran dilakukan ulang.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r_{α}	r_{kritis}	Kriteria
1	Sikap terhadap perilaku	0,627	0,600	Reliabel
2	Norma subjektif	0,730	0,600	Reliabel
3	Kontrol perilaku yang dipersepsikan	0,660	0,600	Reliabel
4	Minat konsumen	0,688	0,600	Reliabel

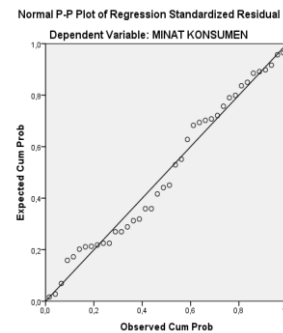
Sumber : data primer yang diolah, 2014

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa titik- titik yang menyebar pada gambar di atas mengikuti garis diagonal sehingga model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya dalam penelitian ini mempunyai distribusi normal. Distribusi normal pada model regresi menunjukkan model regresi dalam penelitian ini baik untuk digunakan.

Gambar 4.2
Grafik Regresi Uji Asumsi Normalitas



Sumber : data primer yang diolah, 2014

Uji Non Multikolinearitas

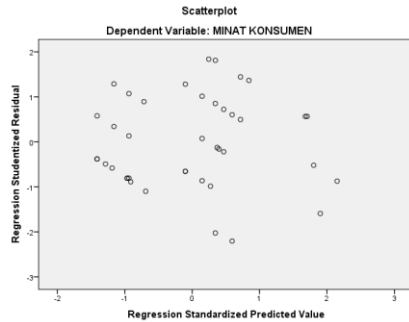
Hasil uji asumsi non multikolinearitas dalam penelitian ini adalah tidak terjadi multikolinearitas atau non multikolinearitas sehingga model regresi dalam penelitian ini dinyatakan baik. Hal tersebut ditunjukkan sebagai berikut (lebih jelasnya dapat dilihat dalam lampiran 3 pada output *Coefficients^a*):

1. variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan secara berturut- turut memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 yakni 0,876; 0,953 dan 0,95.
2. Nilai VIF pada sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan secara berturut- turut memiliki nilai VIF kurang dari 10 yakni 1,153; 1,049 dan 1,105.

Uji Non Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa titik- titik dalam grafik regresi memiliki pola yang tidak jelas dan titik- titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga model regresi dalam

penelitian ini memenuhi asumsi non heteroskedastisitas atau baik untuk digunakan.



Sumber : data primer yang diolah, 2014

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan model regresi linier berganda dalam penelitian ini yakni :

$$Y = 6,395 + 0,639 X_1 - 0,218 X_2 + 0,122 X_3$$

Berdasarkan persamaan model regresi linier berganda di atas dapat diketahui bahwa :

- Nilai konstanta (a) adalah 6,395. Artinya jika variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan nilainya adalah 0, maka nilai variabel minat konsumen adalah 6,395.
- Nilai koefisien regresi variabel sikap terhadap perilaku (b_1) bernilai positif, yaitu 0,639. Artinya jika setiap peningkatan variabel sikap terhadap perilaku sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat konsumen mendatangi Eco Green Park sebesar 0,639 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap dan sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi variabel norma subjektif (b_2) bernilai negative, yaitu $- 0,218$. Artinya jika setiap peningkatan variabel

norma subjektif sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan minat konsumen mendatangi Eco Green Park sebesar 0,218 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap dan sebaliknya.

- Nilai koefisien regresi variabel kontrol perilaku yang dipersepsikan (b_3) bernilai positif, yaitu 0,122. Artinya jika setiap peningkatan variabel kontrol perilaku yang dipersepsikan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan minat konsumen mendatangi Eco Green Park sebesar 0,122 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap dan sebaliknya.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji F

Berikut hasil uji F dalam penelitian ini :

- Dari output yang diperoleh F hitung sebesar 10,230 dan nilai signifikansi sebesar 0,00
- F tabel didapat sebesar 2,866 dengan taraf signifikansi 0,05; $df_1 = (4 - 1) = 3$ dan $df_2 = (40 - 3 - 1) = 36$.
- F hitung $>$ F tabel ($10,230 > 2,866$) dengan nilai signifikansi $<$ taraf signifikansi ($0,00 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat diketahui bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan secara simultan (bersama – sama) berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.

Uji T

Berikut hasil uji t dalam penelitian ini :

1. Hasil uji t variabel sikap terhadap perilaku :
 - a. Dari output yang diperoleh t hitung sebesar 4,521 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000
 - b. t tabel didapat sebesar 2,028 dengan taraf signifikansi 0,05; $df = (40 - 3 - 1) = 36$
 - c. $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,521 > 2,028$) dengan nilai signifikansi $<$ taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat diketahui bahwa sikap terhadap perilaku berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.
2. Hasil uji t variabel norma subjektif :
 - a. Dari output yang diperoleh t hitung sebesar - 1,073 dengan nilai signifikansi sebesar 0,291
 - b. t tabel didapat sebesar 2,028 dengan taraf signifikansi 0,05; $df = (40 - 3 - 1) = 36$
 - c. $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($- 1,073 < 2,028$) dengan nilai signifikansi $>$ taraf signifikansi ($0,291 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat diketahui bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.
3. Hasil uji t variabel kontrol perilaku :
 - a. Dari output yang diperoleh t hitung sebesar 0,918 dengan nilai signifikansi sebesar 0,365
 - b. t tabel didapat sebesar 2,028 dengan taraf signifikansi 0,05; $df = (40 - 3 - 1) = 36$
 - c. $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($0,918 < 2,028$) dengan nilai signifikansi $<$ taraf

signifikansi ($0,365 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat diketahui bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas terdapat hal – hal yang perlu dibahas sebagai berikut :

1. Pengaruh sikap terhadap perilaku (X_1) terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park (Y)
Sikap memiliki peranan penting dalam menjelaskan bagaimana perilaku seseorang terhadap suatu objek. Sikap positif atau negatif yang ditunjukkan oleh konsumen disebabkan oleh adanya kepercayaan. Kepercayaan yang dimiliki konsumen merupakan akumulasi dari pengetahuan dan persepsi berdasarkan informasi positif atau negatif dari berbagai sumber yang telah diterima oleh konsumen terhadap suatu objek. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa sikap konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat konsumen mendatangi EGP. Artinya pengaruh sikap terhadap minat konsumen berbanding lurus. Apabila konsumen memiliki sikap yang positif, konsumen memiliki minat yang besar untuk mendatangi Eco Green Park begitu pula sebaliknya. Sikap yang ditunjukkan oleh responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kepercayaan yang sangat baik terhadap Eco Green Park.

2. Pengaruh norma subjektif (X_2) terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park (Y)

Walaupun tanggapan responden terhadap pendapat teman ataupun keluarga mereka anggap sangat baik, namun responden tidak terpengaruh dengan pendapat yang diberikan oleh teman atau keluarga responden. Hal tersebut bisa disebabkan orang – orang yang responden anggap penting belum pernah mendatangi Eco Green Park sehingga responden tidak mendapatkan informasi yang diinginkan dari kelompok acuan tersebut. .

3. Pengaruh kontrol perilaku yang dipersepsikan (X_3) terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park (Y)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi EGP. Walaupun responden memiliki tanggapan yang sangat baik terhadap harga, lokasi dan memiliki waktu luang untuk mendatangi Eco Green Park, namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap minat konsumen untuk mendatangi Eco Green Park. Hal tersebut disebabkan oleh karena responden yang merupakan pembeli remaja yang lebih tertarik atau terbuju dengan melihat berbagai area, wahana dan fasilitas mendukung lainnya yang menarik yang ditampilkan dari website perusahaan dengan mengesampingkan hal – hal yang berhubungan dengan harga, lokasi dan waktu yang dimiliki.

4. Pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park

Berdasarkan hasil uji f dapat diketahui bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan secara simultan (bersama – sama) berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat ditarik dapat diketahui bahwa secara parsial hanya variabel sikap terhadap perilaku yang berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park sedangkan secara simultan (bersama – sama) variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh terhadap minat konsumen mendatangi Eco Green Park.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Peningkatan minat konsumen untuk mendatangi Eco Green Park dapat dilakukan dengan cara meningkatkan informasi – informasi yang positif dari berbagai media mengenai segala hal yang berhubungan dengan Eco Green Park untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk mendatangi Eco Green Park.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous., 2014, Model Theory Planned of Behaviour (TPB), (online), <http://www.tcd.ie/> , diakses 23 Agustus 2014
- Burhanudin, *Theory of Planned Behaviour: Aplikasi pada Niat Konsumen untuk Berlangganan Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat di Desa Donotirto Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul, Laporan Hasil Penelitian*, Yogyakarta
- C. Citra Chandoko, 2013. *Perceived Behavioural Control* merupakan Faktor Dominan yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Medical Check Up*, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 11, No 1, Maret 2013, hal 131-138.
- Diana Vita Lestari, 2011, *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Kebutuhan Mencari Variasi, Keterlibatan Konsumen, Harga dan Daya Tarik Pesaing terhadap Perilaku Brand Switching*, Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang
- Elisabeth Desi Arista, 2011, *Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy Di Kota Semarang*, Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang
- Intan Dyah Anggreini., 2013, *Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Minat Konsumen Objek Agrowisata Pagilaran di Kabupaten Batang*, skripsi, Manajemen, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang.
- Mangkunegara, Anwar P., 2012, *Perilaku Konsumen*, PTRefika Aditama, Bandung
- Muchlis H. Mas'ud., 2012, Pengaruh Sikap, Norma- Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Nasabah Bank Terhadap Keinginan Bank untuk Menggunakan Automatic Teller Machine (ATM) Bank BCA di Kota Malang, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol 1, No 3, Desember 2012, hal 28- 33.
- Ni Made Rastini., 2013, Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Masyarakat Kota Denpasar Terhadap Niat Belanja pada Pasar Tradisional, *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, Vol 7, No 2, Agustus 2013, hal 107- 115.
- Sanusi, Anwar., 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie L., 2008, *Perilaku Konsumen*, edisi ketujuh, PT INDEKS, Jakarta

Setiadi, Nugroho J., 2013, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, edisi revisi, Kencana Prenada Media Group, Jakarta

Sugiyono., 2008, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Alfabeta, Bandung

Sunyoto, Danang., 2013, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*, CAPS, Yogyakarta