JTAM Jurusan Manajemen FEB ULM: JIMI Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia
http://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jimi Vol. 2. No. 1. Maret 2019
Hal: 39 - 52

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT BELI PRODUK SECARA ONLINE DI SHOPEE

Yuwinda Witriyana✉, H. Ikhwan Faisal, Ahmad Rifani
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ULM Banjarmasin
E-mail: yuwindawitriana20@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku secara simultan dan parsial terhadap minat beli produk secara *online* di Situs Shopee. Adapun variabel yang diteliti secara rinci adalah sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku sebagai variabel bebas, serta minat beli sebagai variabel terikat. Jenis Penelitian ini menggunakan *explanatory research* menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Responden pada penelitian ini adalah 45 orang mahasiswa S1 reguler yang terdiri dari mahasiswa IESP, Akuntansi dan Manajemen. Metode analisis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Online di Shoope Indonesia pada Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unlam. Sedangkan Sikap dan Norma Subyektif tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Online di Shoope Indonesia, namun Kontrol Perilaku mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Online di Shoope Indonesia pada Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unlam.

Kata kunci: Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Minat Beli

ABSTRACT

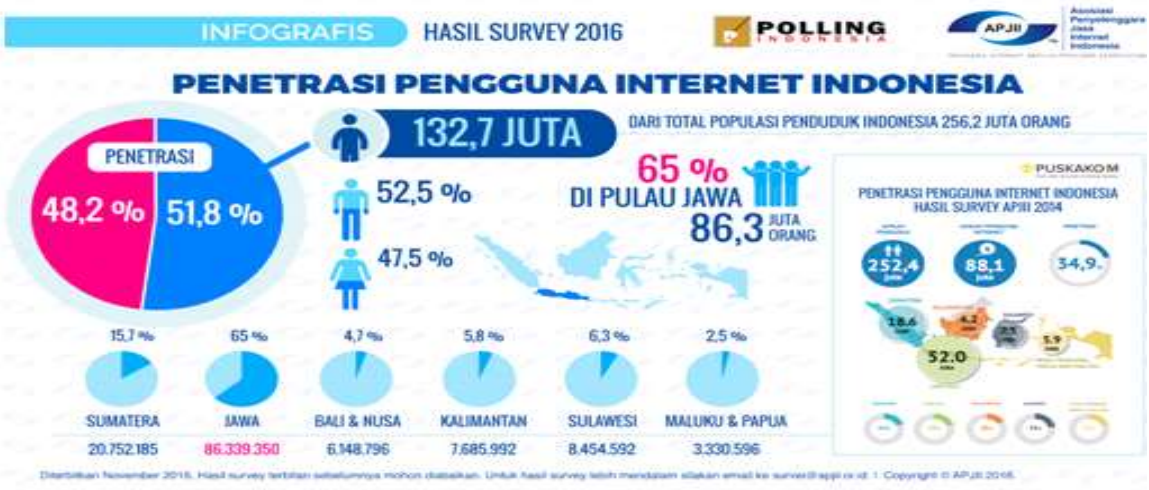
This study aims to analyze the effect of attitudes, subjective norms, behavior controls simultaneously and partially to the interest of buying products online at Shopee Sites. The variables studied in detail are attitudes, subjective norms and behavior control as independent variables, as well as buying interest as a dependent variable. This type of research uses explanatory research to explain the causal relationship between the variables that influence the hypothesis. Respondents in this study were 45 regular undergraduate students consisting of IESP, Accounting and Management students. Analysis method using Multiple Linear Regression Analysis.The results of this study indicate that Attitude, Subjective Norm and Behavioral Control have a simultaneous influence on Buy Interest Online at Shoope Indonesia in Regular S1 Student Faculty of Economics and Business Unlam. While Subjective Attitudes and Norms have no partial effect on Buy Interest Online in Shoope Indonesia, but Behavior Control has partial influence on Buy Interest Online at Shoope Indonesia in Regular S1 Student of Faculty of Economics and Business Unlam.

Keywords: *Attitude, Subjective Norm, Behavior Control, and Buying Interest*

PENDAHULUAN

Perkembangan penggunaa *internet* tersebut mendorong adanya suatu potensi besar terciptanya *online shopping*. Karena dari total pengguna *Internet* tersebut, sekitar 82,2 juta pengguna *Internet* yang melakukan belanja secara online. Kementrian komunikasi dan informatika mencatat bahwa 62% dari total pengguna internet diIndonesia melakukan belanja melalui online (*onlineshopping*). Oleh sebab itu peluang untuk menjalankan bisnis *online* semakin terbuka bagi pelaku bisnis di Indonesia. *Online shopping* adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen dapat langsung membeli barang atau jasa daari penjual melalui media *internet* menggunakan sebuah web browser atau smarthphone.

Penggunaan internet di indonesia terus meningkat daritahun ke tahunnya, menurut survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna *internet* di Indonesia tahun 2016 mencapai 132,7 juta orang, juga diyakini bahwa tingkat pertumbuhan *Internet* di Indonesia akan melebihi 30% per 5 tahun kedepan.



Sumber : http://www.apjii.or.id

Gambar 1. Grafik Pengguna Internet di Indonesia

Perkembangan pengguna *internet* tersebut mendorong adanya suatu potensi besar terciptanya *online shopping*. Karena dari total pengguna *Internet* tersebut, sekitar 82,2 juta pengguna *Internet* yang melakukan belanja secara online. Kementrian komunikasi dan informatika mencatat bahwa 62% dari total pengguna internet diIndonesia melakukan belanja

melalui online (*online shopping*). Oleh sebab itu peluang untuk menjalankan bisnis *online* semakin terbuka bagi pelaku bisnis di Indonesia.

Secara umum, konsumen lebih tertarik berbelanja melalui internet dikarenakan *E-commerce* memungkinkan konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari tanpa dibatasi waktu dan tempat. Selain itu konsumen juga mendapatrkan lebih banyak pilihan, karena konsumen bisa memilih berbagai produk dari banyak vendor sekaligus mendapatkan harga yang kompetitif. Akan tetapi seperti yang dapat kita ketahui dalam pengambilan keputusan misalnya keputusan untuk berbelanja melalui media internet, sikap memiliki peranan dan pengaruh yang kuat. Ini sesuai dengan yang dikembangkan oleh Ajzen dan Martin Fishbein (1975). Mengakui dan menyadari bahwasanya sikap masih mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang diteliti itu dan biasanya menggunakan sarana internet sebagai bagian dari strategi pemasarannya sehingga tidak tertinggal dari perkembangan jaman. Mereka menyadari bahwa jumlah penggunaan internet setiap harinya bertambah dengan sangat pesat, begitu pula dengan jumlah toko *online* atau yang sedang tren sekarang ini *Online Shop.* Menurut Ajzen dan Martin Fishbein (1975).

Namun fenomena yang terjadi adalah banyaknya orang yang tergiur untuk berbelanja di Shopee karena banyak diskon atau promo hingga gratis ongkir, hal ini memacu mereka untuk melakukan transaksi padahal barang yang di diskon dan di promokan oleh Shopee bukan barang yang dicari atau diinginkan namun kesempatan diskon dan promo ini sering dimanfaatkan bagi beberapa pembeli. Fenomena norma subyektif yang ada dilapangan yaitu banyak konsumen yang terpengaruh oleh teman, rekan kerja bahkan keluarga untuk berbelanja secara online di Shopee karena tergoda dengan kemudahan berbelanja di Shopee.

Sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang akan dirasakan nantinya bisa mempengaruhi niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan-tindakan tertentu tertentu yang dalam hal ini adalah berbelanja menggunakan media internet atau media *online*. Adapun salah satu keuntungan bagi pelaku bisnis dan masyarakat adalah dengan mengetahui niat *(intention)* ini maka akan memberikan informasi bagi pelaku bisnis yang akan datang atau masyarakat yang ingin menggunakan media yang sama dalam memasarkan produknya sehingga informasi ini akan menjadi dasar bagi mereka untuk memperbaiki dan menyusun untuk strategi pemasaran yang lebih baik di masa mendatang.

Selain itu study ini juga dapat dijadikan dasar mengantisipasi keadaan yang serba tidak modern dikemudian hari dikarenakan media belanja online merupakan suatu media baru dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia. Berdasarkan pertimbangan dan

hal-hal tersebut, penulis berusaha untuk mengangkat dan membahas dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku yang dirasakan terhadap minat beli konsumen Situs Shopee dalam melakukan pembelian produk secara *Online*.

TINJAUAN PUSTAKA

Sikap

Menurut Puspasari (2010:16)". "sikap mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu: kognitif (konseptual), afektif (emosional), konatif (perilaku atau *action component*)". Sedangkanmenurut 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 ands 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". Schffiman dan Kanuk, (2007).

Sedangkan menurut Allport (1956) yang kutip dari Tatik Suryani, 2008) "sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadapa suatu obyek dalam bentuk rasa suka atau tidak suka".

Norma Subjektif

Menurut Hee dalam Paul Justin "norma subyektif merupakan pengaruh atau pendapat orang lain "teman dekat, kerabat, rekan, atau mitra bisnis" dalam melakukan perilaku tertentu". Hee dalam Paul Justin, (2015). "Norma subyektif merupakan komponen yang berisikan keputusan yang dibuat oleh individu, setelah mempertimbangkan pandangan orang lain yang mempengaruhi perilaaku". Mowen dan Minor, (2002).

Menurut Rivai (2008:1792). "Norma subjektif terbentuk karena adanya keyakinan normatif dan motivasi dari referen yang dipercayai oleh konsumen. Penilaian terhadap norma subjektif dimaksudkan untuk mengetahui apakah lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumenn. Rivai, (2008:1792).

Kontrol Perilaku

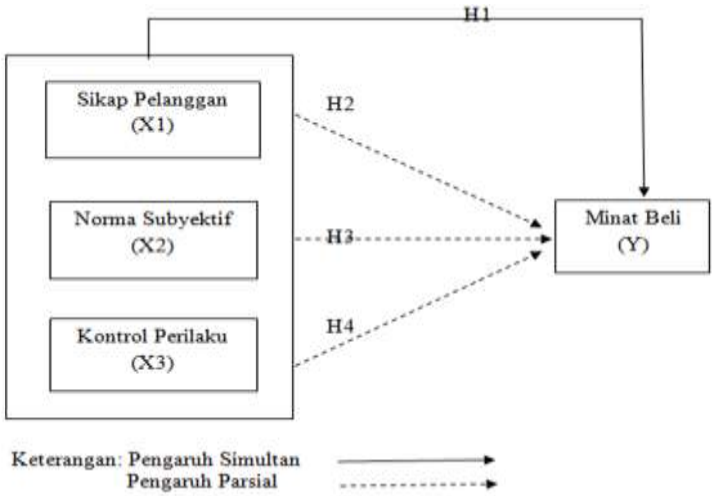
Menurut (Averill, 1977 dalam Ghufron, 2003)". "Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (regulated adminisration), dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability).* 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".

Minat Beli

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Kinnear 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 (Schiffman dan Kanuk, 2009)**.** Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek atau juga merupakan minat pembelian ulang yang menunjukan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (Assael, 1998)". Dalam hal ini minat beli konsumen adalah sebagai berikut :

1. Minat *(interest)*
2. Keinginan *(desire)*
3. Keyakinan *(conviction)*

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian

Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Santi Dewi (2010). Mengetahui apakah niat dalam berberlanja melalui internet dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku, oleh karena itu hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H1: Diduga sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat beli produk secara online di Shopee.

Menurut Santi Dewi (2010), menyatakan bahwa hipotesis penelitian yang menduga bahwa sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku mempunyai pengaruh parsial maupun simultan megenai niat konsumen untuk membeli lewat media internet dengan kata lain, bahwa penelitian ini sejalan dengan *Teory Of Planned Behaviour*, oleh karena itu hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H2: Diduga sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara parsial terhadap minat beli produk secara online di Shopee.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori *explanatory* dengan populasi penelitian ini adalah Mahasiswa/i Reguler Fakultas FEB Unlam Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling design* dengan menggunakan *purposive sampling*, Maka kriteria sampel pada penelitian ini adalah 1. Pernah mengunjungi aplikasi Shopee secara online dalam 3 bulan terakhir, 2. Merupakan mahasiswa/i aktif S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM, 3. Pernah mempunyai minat untuk melakukan transaksi di Shopee. Penelitian ini menggunakan Program SPSS 23 untuk analisis data. Jumlah sampel yaitu 45 responden. Teknik pengumpulan data berupa datanya pun melalui keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket (kuesioner) yang telah disebarkan dengan skala likert.

HASIL DAN ANALISIS

Responden penelitian ini adalah Mahasiswa/i Reguler Fakultas FEB Unlam Banjarmasin yang berjumlah 45 Orang yang terdiri15 orang per jurusan masing-masing sehinggaa S1 Manajemen, S1 Akuntansi dan S1 IESP.

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil pengujian validitas

Item Soal	Korelasi	Validitas
X1.1	0,715	Valid
X1.2	0,636	Valid
X1.3	0,645	Valid
X1.4	0,508	Valid
X1.5	0,495	Valid
X1.6	0,655	Valid
X2.1	0,752	Valid
X2.2	0,907	Valid
X2.3	0,813	Valid
X3.1	0,897	Valid
X3.2	0,908	Valid
Y1.1	0,722	Valid
Y1.2	0,835	Valid
Y1.3	0,858	Valid
Y1.4	0,821	Valid

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel baik itu variabel bebas maupun variabel terikat yang mempunyai korelasi lebih dari 0.3 sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil pengujian validitas

Variabel	*Alpha Cronbach*	Reliabilitas
Sikap	0,656	Reliabel
Norma Subyektif	0,756	Reliabel
Kontrol Perilaku	0,772	Reliabel
Minat Beli	0,821	Reliabel

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan diatas terlihat bahwa hasil pengujian tingkat reliabilitas memperlihatkan semua variabel mempunyai hasil *alpha cronbach* diatas 0.6 sehingga bisa disimpulkan setiap variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas.

Uji Linearitas

Tabel 3. Hasil pengujian Linierita

Dependen	Independen	Signifikan Linearity	Keterangan Hubungan
Minat Beli (Y)	*Sikap* (X_1)	0,026	**Linear**
	Norma Subyektif (X_2)	0,000	**Linear**
	Kontrol Perilaku (X_3)	0,000	**Linear**

Sumber: Data diolah (2018)

Pada tabel 3, diperoleh nilai signifikan dari masing-masing hubungan antara Sikap (X_1), Norma Subyektif (X_2) dan Kontrol Perilaku (X_3) dengan Minat Beli (Y) nilai signifikansi linierity lebih rendah dari taraf signifikan 0,05 yaitu 0,026, 0,000 dan 0,000 sehingga variabel independen dinyatakan mempunyai hubungan yang linear terhadap variabel dependen.

Uji Asumsi Klasik

a). Normalitas Data

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53042183
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.074
	Negative	-.129
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057[c,d]

Sumber: Data diolah (2018)

Pengujian terhadap normalitas data dalam penelitian ini, dilakukan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dngan taraf signifikasi 0,05. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 (Priyatno, 2012). Pada Tabel 5 terlihat besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov dalam penelitian ini adalah signifikan pada 0,057, nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

b). Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil penujian multikolinieritas

Variabel	*VIF*	Tolerance	Kesimpulan
Sikap(X_1)	1,084	0,923	Non multikolinieritas
Norma Subyektif (X_2)	1,692	0,591	Non multikolinieritas
Kontrol Perilaku (X3)	1,701	0,588	Non multikolinieritas

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai *VIF* masing-masing variabel tidak melebihi 10 dan nilai *Tolerance* kurang dari 1, Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model persamaan regresi telah memenuhi asumsi non multikolinieritas.

c). Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.389	1.495		.929	.358
	Sikap	-.075	.058	-.199	-1.279	.208
	Norma Subyektif	.051	.095	.105	.541	.592
	Kontrol Perilaku	.133	.137	.190	.974	.336

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 yang menunjukan hasil output dapat dilihat nilai signifikansi masing-masing variabel adalah 0,208 , 0,592 dan 0,336. Nilai signifikan masing-masing variabel menunjukan nilai signifikan dari variabel bebas terhadap variable *Absolute Residual* lebih dari α = 5% atau 0,05, maka dengan ini dapat dinyatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah uji validitas, reliabilitas serta uji asumsi klasik terpenuhi maka selanjutnya dapat dilakukan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) baik secara simultan maupun secara parsial.

Tabel 6. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Online di Shopee.

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig	$r_{partial}$	$r_{partial^2}$	Ket
X1 : Sikap	0,117	1,241	0,222	0,190	0,036	Tidak Signifikan
X2 : Norma Subyektif	0,241	1,564	0,126	0,237	0,056	Tidak Signifikan
X3 : Kontrol Perilaku	0,783	3,529	0,001	0,483	0,233	Signifikan
Konstanta = 4,531 *Adjusted R Square* = 0,477 t_{tabel} = 1,681 SEE = 1,585		F_{hitung} = 14,400 Sig F = 0,000 F_{tabel} = 2,83				

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 13 diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y= 4,531 + 0,117X1 + 0,241X2 + 0,783X3

Keterangan :

Y = Minat Beli

X1 = Sikap

X2 = Norma Subyektif

X3 = Kontrol Perilaku

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Berdasarkan hasil analisis persamaan regresi, diketahui bahwa nilai konstanta memiliki nilai positif yaitu sebesar 4,531, menunjukkan bahwa apabila variabel X_1, X_2 dan X_3 sama dengan nol, maka Y bernilai sebesar 4,531. Hal ini berarti apabila Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku tidak ada, Minat Beli akan tetap ada.

b. Berdasarkan hasil analisis data, diketahui nilai koefisien regresi variabel Sikap (X_1) sebesar 0,117. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel Sikap berpengaruh positif terhadap Minat Beli Online di Shopee, sehingga apabila variabel nilai Sikap meningkat maka Minat Beli akan meningkat dengan asumsi variabel lain dianggap tetap, hal ini berarti semakin tinggi sikap konsumen dalam menanggapi maka semakin tinggi minat beli konsumen di Shopee. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Sikap dengan Minat Beli.

c. Berdasarkan hasil analisis data, diketahui nilai koefisien regresi variabel Norma Subyektif (X_2) sebesar 0,241. Angka tersebut menunjukkan bahwa

variabel Norma Subyektif berpengaruh positif terhadap Minat Beli Online di Shopee, sehingga apabila variabel Norma Subyektif meningkat maka Minat Beli akan meningkat dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Norma Subyektif dengan Minat Beli.

d. Berdasarkan hasil analisis data, diketahui nilai koefisien regresi variabel Kontrol Perilaku (X_3) sebesar 0,783. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel Norma Subyektif berpengaruh positif terhadap Minat Beli Online di Shopee, sehingga apabila variabel Kontrol Perilaku meningkat maka Minat Beli akan meningkat dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kontrol Perilaku dengan Minat Beli.

Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol perilaku Secara Simultan Terhadap Variabel Minat Beli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika ketiga variabel tersebut secara bersama-sama meningkat, maka Minat Beli juga akan meningkat. Sebaliknya jika kedua variabel tersebut secara bersama-sama menurun, maka Minat Beli juga ikut menurun. Hal ini sejalan dengan Santi Dewi (2010) yang menyatakan bahwa Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli.

Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol perilaku Secara Parsial Terhadap Variabel Minat Beli

a). Variabel Sikap

Variabel sikap tidak berpengaruh terhadap minat beli, hal ini berarti indikator dari variabel sikap seperti komponen afektif yang terdiri dari responden lebih memilih belanja *online* Shopee dibandingkan situs belanja online lain dan Belanja di Shopee lebih mudah, indikator komponen kognitif yang terdiri dari Belanja di Shopee lebih mudah dan Pilihan barang di Shopee sangat beraneka ragam, dan yang terakhir indikator komponen konatif yang terdiri dari Shopee memiliki banyak keunggulan dibanding situs belanja yang lain dan Saya selalu membuka aplikasi Shopee unttuk

melihat promo menarik. Pada penelitian ini sejalan dangan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Nuruni (2010) yang menyatakan bahwa variabel sikap konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli.

b). Variabel Norma Subyektif

Variabel norma subyektif tidak berpengaruh terhadap minat beli, hal ini berarti indikator dari variabel norma subyektif seperti pengaruh teman seperti teman saya merekomendasikan untuk memakai Shopee, indikator pengaruh keluarga seperti keluarga dirumah juga menggunakan aplikasi Shopee dan indikator rekan kuliah seperti rekan kuliah memberitahukan bila ada promo di Shopee. Pada penelitian ini variabel Norma Subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam menimbulkan minat beli dalam diri tidak memerlukan dukungan dari keluarga, teman, dan rekan kuliah. Hal ini sejalan dangan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ali Maskur (2013) yang menyatakan bahwa variabel norma subyektif tidak berpengaruh terhadap minat beli.

c). Variabel Kontrol Perilaku

Minat Beli juga dipengaruhi oleh indikator Kontrol Perilaku seperti Mengatur pelaksanaan *(regulated administration)* yaitu responden mampu mengontrol waktu belanja online di Shopee dan indikator Kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability)* seperti responden dapat menghindari godaan dalam berbelanja online di Shopee. Pada penelitian ini variabel Kontrol Perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah kontrol keperilakuan yang dirasakan oleh mahasiswa, artinya kondisi realita secara umum yang dimiliki mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berbelanja adalah mudah. Hasil penelitian ini sejalan dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ali Maskur (2013) yang menyatakan bahwa Konttrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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 Beli juga akan meningkat. Sebaliknya jika kedua variabel tersebut secara bersama – sama menurun, maka Minat Beli juga ikut menurun.

Saran

Penelitian mendatang disarankan dapat mengambil jumlah sampel yang lebih besar, sehingga dapat diketahui lebih banyak jumlah mahasiswa yang mempunyai minat beli online di Shopee. Dalam penelitian ini, indikator pembentuk sikap seperti komponen afektif, kognitif dan konatif yang memilikii nilai rata-rata paling rendah lebih diperhatikan lagi agar menjadi acuan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Al-Swidi (2013). The role of subjective norms in theory of plɑnned behavior in the context of orgɑnic food consumption. Juornal.

Basu, Swastha, & Irawan, 2001, **Manajemen Pemɑsaran Modern**, Liberty. Yogyakarta.

Cahyadi.M.Amri, 2013, Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilakuan Terhadap Niat Pedagang Pasar Untuk Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Di Yogyakarta.

Dewi santi, 2010, Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Konsumen Gramedia Cabang Veteran Banjarmasin Dalam Melakukan Pembelian Buku Melalui Media Internet.

Engel, J. F., G. Blɑckwell, dan P. W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen . Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta.

Ernawati, 2010. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku yang dipersepsikan, dan sunset policy terhadap kepatuhan wajib pajak dengan niat sebagai variabel intervening.

Ferdinand.Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fishbein, M and L.Ajzen, 1975, Belief,Attitude,Intention, and behaviour : An introducyion to Theory and Research, Philipine : Addison-Wesley Pub.Co.

Schiffman, Leon G dan Kanuk, 2008. Consumer behavior, Prentice Hall Internasional.

Ghozali, Imam. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghufron, M. N., (2003). Hubungan Kontrol Diri dan Persepsi Remaja terhadap Penerapan Disiplin Orang Tua dengan Prokrastinasi Akademik. (Thesis). Jogjakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Jogiyanto (2007), Sistem Informasi Keprilakuan,Yogyakarta.

Jyh-Shen Chiou (1998). The Effects of Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Consumers' Purchase Intentions: The Moderating Effects of Product Knowledge and Attention to Social Comparison Information. Journal.