
PENGARUH *ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM*, DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP MINAT BELI JASA TRANSPORTASI *ONLINE*

Azizah Budhi Nur Romadhoni, Ahmad Guspul

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an

Email : azizahbnrr@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior sebagai kerangka teori untuk mengetahui pengaruh attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control terhadap minat beli jasa transportasi online. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian dilakukan pada pengguna transportasi online di Wonosobo. Sampel yang didapatkan dengan teknik sampling convenience sampling berjumlah sebanyak 120 responden. Analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian yang didapatkan dari uji t parsial ditemukan bahwa variabel attitude memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli jasa transportasi online Grab di Wonosobo. Sedangkan variabel subjective norm dan perceived behavioral control tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli jasa transportasi online Grab di Wonosobo.

Kata Kunci: Theory of Planned Behaviour, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Minat Beli

ABSTRACT

This study uses the Theory of Planned Behavior as a theoretical framework to determine the effect of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on purchase intention in online transportation services. The research method uses quantitative research. The study was conducted on online transportation users in Wonosobo. Samples obtained with convenience sampling technique amounted to 120 respondents. Data analysis uses multiple linear regression. The research results obtained from the partial t test found that attitude variable has a positive and significant influence on purchase intention. Whereas subjective norm and perceived behavioral control have insignificant influence on purchase intention in Grab online transportation services in Wonosobo

Keywords: *Theory of Planned Behavior, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Purchase Intention*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat memberikan banyak perubahan dalam segala bidang kehidupan manusia, termasuk perkembangan ekonomi. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi digital mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di Indonesia. Pada kuartal IV 2017 tren konsumsi makanan dan minuman adalah yang terbesar di Indonesia. Namun dengan kehadiran ojek online di tengah masyarakat, pada kuartal IV 2018 tren konsumsi di masyarakat bergeser kepada platform transportasi dan komunikasi yang sebelumnya berada pada angka 5,4 persen mengalami peningkatan menjadi 6,14 persen (DBS Asian Insight, 2019). Menurut Anwar (2017) perubahan model transportasi dari konvensional ke transportasi berbasis aplikasi online sangat diminati masyarakat yang menginginkan kemudahan saat menggunakan moda transportasi.

Indrayana, B. et al. (2016) untuk melakukan pembelian secara online, konsumen akan melakukan pertimbangan seperti pencarian informasi mengenai suatu produk, maupun alternatif lainnya, sampai akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian, proses pertimbangan tersebut melibatkan faktor internal yang disebutkan dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) / Teori Perilaku Terencana. TPB dikemukakan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991, teori ini digunakan untuk membantu memprediksi perilaku individu secara spesifik. Dalam TPB disebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi minat individu antara lain, *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Apakah ada pengaruh *attitude* terhadap minat beli jasa transportasi online Grab di Wonosobo?
- b. Apakah ada pengaruh *subjective norm* terhadap minat beli jasa transportasi online Grab di Wonosobo?
- c. Apakah ada pengaruh *perceived behavioral control* terhadap minat beli jasa transportasi online Grab di Wonosobo?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Theory Behavioral Planned

Theory of Planned Behavior merupakan teori yang ada untuk menyempurnakan teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA). Namun, TRA dianggap belum mampu untuk menangani perilaku dimana seseorang memiliki kontrol kehendak. Ajzen (1991) menambahkan *perceived behavioral control* sebagai faktor ketiga yang dirasakan dapat mempengaruhi minat seseorang.

Minat Beli

Alwafi dan Magnadi (2016) mengatakan bahwa minat merupakan sesuatu yang berhubungan dengan sikap individu yang melakukan suatu objek. Minat untuk menggunakan sistem merupakan indikator yang layak untuk mengukur penggunaan sistem di masa mendatang yang dalam hal ini adalah penggunaan sistem berbasis *e-commerce* (Jackson, et al., 1997).

Attitude

Menurut Ajzen (1991) Sikap merupakan tingkat di mana individu memiliki evaluasi yang positif ataupun negatif terhadap perilaku tertentu. Ani, N. A. F. (2018) menyebutkan sikap mengacu pada sejauh mana seseorang memilih perilaku yang menguntungkan atau tidak menguntungkan sebagai evaluasi atau penilaian dari perilaku yang di maksud. Saat menggunakan teknologi untuk melakukan transaksi Vijayasarathy (2000) mengartikan sikap sebagai sejauh mana konsumen suka belanja *online* dan menganggap hal tersebut merupakan ide yang baik.

Subjective Norm

Norma Subjektif menurut Ajzen (2005) merupakan fungsi yang didasarkan oleh belief yang disebut *normative belief*, yaitu *belief* mengenai kesetujuan dan ketidaksetujuan yang berasal dari orang dan kelompok yang berpengaruh untuk individu misalnya orang tua, teman dekat, pasangan, rekan kerja dan lainnya terhadap suatu perilaku. Jogiyanto (2007) berpendapat norma subjektif merupakan salah satu fungsi dari *normative beliefs* atau keyakinan normatif yang mewakili pandangan orang lain mengenai perlu atau tidaknya hal tersebut dilakukan.

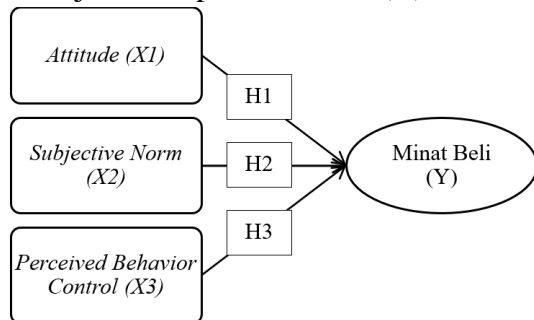
Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control adalah suatu kondisi dimana individu percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit dilakukan di

bawah kontrol individu (Ajzen, 1991) dalam Jogiyanto (2007).

Model Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencari bukti tentang pengaruh antara *attitude* (X1), *subjective norm* (X2), dan *perceived behavioral control* (X3) terhadap variable dependent yaitu minat beli jasa transportasi online (Y)



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan variabel *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai variabel bebas terhadap variabel terikat minat beli. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menentukan variabel (Mualifu, 2020)(Prasetyo, 2020).

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Wonosobo yang menggunakan transportasi online Grab yang tidak diketahui jumlahnya.

b. Sampel

Sampel adalah subkelompok atau sebagian dari populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Non Probability*. Teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini antara lain masyarakat Wonosobo yang memiliki dan menggunakan aplikasi transportasi online Grab di *Smartphone* miliknya dan mau diajak untuk komunikasi dengan peneliti. Menggunakan pernyataan Hair et al., (2010) yang menyebutkan bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyak indikator pertanyaan yang di gunakan pada kuesioner. Jumlah responden yang digunakan

adalah 12 item pernyataan dikali 10 yakni 120 responden.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- Kuesioner dengan jenis pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabannya dan diukur dengan skala likert.
- Studi Kepustakaan (*Library research*)
Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh bahan – bahan yang akan dijadikan landasan teori mengenai pengaruh *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan minat beli.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19825562
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer yang telah diolah (SPSS 23) 2020

Hasil ini dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Diketahui bahwa 0,200 > 0,05. Sehingga, data yang digunakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

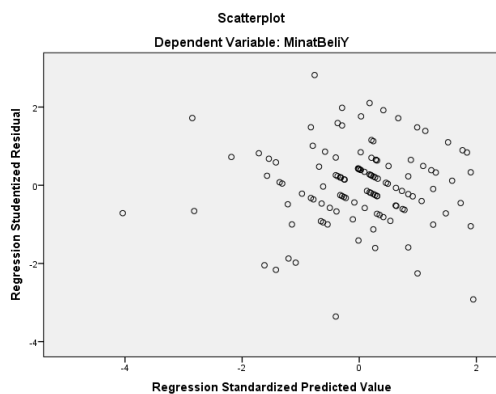
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 AttitudeX1	.933	1.071
SubjectiveNormX2	.939	1.065
PerceivedBehavioralControlX3	.902	1.108

a. Dependent Variable: MinatBeliY

Sumber: Data Primer yang telah diolah (SPSS 23) 2020

Dapat dilihat nilai Tolerance untuk variabel *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* secara berturut – turut 0,933; 0,939; 0,902. Kemudian nilai VIF 1,071; 1,065; 1,108. Yang artinya dapat diketahui bahwa nilai Tolerance pada keseluruhan variabel bebas di atas 0,10 dan nilai VIF pada keseluruhan variabel independen lebih kecil dari 10,00. Sehingga, dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. Scatter Plot Antara ZPRED dan SRESID

Gambar diatas menunjukkan bahwa titik – titik pada scatter plot tidak membentuk pola tertentu, serta menyebar diatas dan di bawah angka nol sumbu Y. Sehingga, dapat disimpulkan tidak ada heterokedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 3. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6.552	1.919		3.414	.001
attitudeX1	.890	.113	.604	7.895	.000
SubjectiveNormX2	-.180	.125	-.110	-1.443	.152
PerceivedBehavioralControlX3	.053	.148	.028	.361	.719

a. Dependent Variable: MinatBeliY

Berdasarkan tabel coefficientsa di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,552 + 0,890 X1 - 0,180 X2 + 0,053 X3 + e$$

Dari persamaan regresi berganda di atas, dapat mengindikasikan: a = 6,552 adalah bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas yaitu X1, X2 dan X3 diabaikan, maka minat beli adalah 6,552. Koefisien b1 = 0,890 adalah besarnya koefisien regresi X1 *attitude*, yang berarti bahwa setiap peningkatan *attitude* akan meningkatkan minat beli online sebesar 0,890 dengan asumsi variabel lainnya yang diteliti adalah konstan. Koefisien b2 = - 0,180 adalah besarnya koefisien regresi X2 atau *subjective norm*, yang berarti setiap peningkatan *subjective norm* akan menurunkan minat beli sebesar - 0,180 dengan asumsi variabel lain dalam penelitian ini adalah konstan. Koefisien b3 = 0,053 adalah besarnya koefisien regresi X3 atau *perceived behavioral control*, yang berarti bahwa setiap peningkatan ini akan meningkatkan minat beli sebesar 0,053 dengan asumsi variabel lainnya yang diteliti adalah konstan.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil dari penelitian yang menguji pengaruh *attitude* terhadap minat beli menunjukkan nilai signifikansi (0,000) < (0,05) dan nilai Thitung (7,895) > Ttabel (1,980). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *attitude* berpengaruh positif terhadap minat beli jasa transportasi online Grab yang artinya hipotesis dapat diterima. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lintong, D.C.A. (2018), Binalay, A.G. et al. (2016), Rahmawati, N.A. et al. (2018), Puspaningtyas I. (2016), Indrayana, B. et al. (2016).

Hasil pengujian parsial (Uji t) antara variabel *subjective norm* dengan variabel minat beli menunjukkan bahwa nilai signifikansi (0,152) > (0,05) dan nilai Thitung (- 1,443) < Ttabel (1,980). sehingga keputusan yang diambil adalah H2 ditolak. Yang artinya variabel *subjective norm* tidak berpengaruh terhadap minat beli jasa transportasi *online*. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Rahmawati, N.A., et al. (2018), Amalia, Z.N. dan Suyono, N.A. (2017).

Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap Minat Beli dengan menunjukkan nilai signifikansi $(0,719) > (0,05)$ dan nilai *T*hitung $(0,361) < T$ tabel $(1,980)$. Artinya hipotesis ditolak atau variabel *perceived behavioral control* tidak berpengaruh terhadap minat beli seseorang dalam menggunakan jasa transportasi online. Penelitian ini konsisten dengan pebelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rustam, Y.W.A. dan Rukhviyati, N. (2015) dan (Amalia, Z.N. dan Suyono, N.A., 2017).

Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.366	.349	2.226

a. Predictors: (Constant), PerceivedBehavioralControlX3, SubjectiveNormX2, attitudeX1

b. Dependent Variable: MinatBeliY

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,349. Jadi, variabel bebas *attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control* dapat menjelaskan 34,9% variasi – variasi minat beli. Kemudian, sisanya 65,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Variabel *attitude* berpengaruh secara positif terhadap minat beli jasa transportasi online Grab. H1 diterima.
- b. Tidak ada pengaruh yang positif antara variabel *subjective norm* terhadap minat beli jasa transportasi online Grab. H2 ditolak.
- c. *Perceived behavioral control* tidak berpengaruh positif terhadap minat beli jasa transportasi online Grab. H3 ditolak.

Saran

- a. Disarankan agar perusahaan dapat memperhatikan faktor kemudahan penggunaan aplikasi sehingga bisa lebih meyakinkan seseorang agar berminat untuk menggunakan aplikasi transportasi *online* Grab.
- b. Bagi pengguna aplikasi transportasi *online* Grab agar dapat mengoptimalkan

penggunaan aplikasi transportasi *online* Grab.

- c. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah jumlah sampel dan menambah variabel lain serta mengumpulkan data yang didukung melalui wawancara dapat memberikan informasi yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

d. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 120 orang dan terbatas hanya pada pengguna jasa Grab di Wonosobo.
- 2) Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel utama dalam *Theory of Planned Behaviour*, sehingga dapat dimungkinkan variabel lain dapat mendorong minat beli masing – masing variabel terhadap minat.
- 3) Penelitian ini hanya menerapkan metode survei melalui kuesioner tertutup sehingga kurang tajam mengenai harapan dan apa yang sebenarnya di inginkan responden Oleh karena itu, kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan pada data yang di kumpulkan melalui penggunaan instrumen secara tertulis.

6. DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. 1991. *The theory of planned behavior*. *Orgnizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.

Ajzen, I. 2001. *Nature and Operation of Attitudes*. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58.

Ajzen, I. 2002. *Perceived Behavioral Control, Self - Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior*. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.

Ajzen, I. 2005. *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education.

Alwafi, Fachrizi. Magnadi, Rizal. 2016. *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli tokopedia.com*. *Diponegoro Journal of Management*, 5, 1–15.

Amalia, Z. N., & Suyono, N. A. 2015. *Faktor Minat Perilaku Bertransaksi Menggunakan*

- E-commerce (Studi kasus pada mahasiswa perempuan S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo).*
- Ani, N. A. F., Khairul, I., & SHI, M. 2018. *Analisis Theory of Planned Behavior Terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal Pada Konsumen Non Muslim Di Soloraya* (Doctoral dissertation, IAIN SURAKARTA).
- Anwar, A. A. 2017. *Online vs konvensional: keunggulan dan konflik antar moda transportasi di kota makassar.* ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia, 2(2), 220-246.
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., & Mintardjo, C. M. 2016. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado.* Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(1).
- DBS Asian Insight. <https://www.dbs.com> 23 Desember 2019
- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*
- Idris, I. dan Kasmoo, A.B.P. 2018. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit Bank CIMB Niaga* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Indrayana, B., Seminar, K. B., & Sartono, B. 2016. *Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory of Planned Behavior (TPB).* Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM), 2(2), 138.
- Jogiyanto, H. 2007. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi.* Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Lintong, D. C. A. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membeli Online Pada Usaha Kecil dan Menengah di Manado (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi).* JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 5(3).
- Mualifu, M., Guspul, A., Hermawan. 2020. *Pengaruh Transparansi, Kompetensi, Sistem Pengendalian Internal, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Akuntabilitas Pemernitah Desa Dalam Mengelola Alokasi Dana Desa (Studi Empiris Pada Seluruh Desa Di Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga)* Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) 1 (1), 49-59
- Puspaningtyas, I. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Prasetyo, S., Hermawan, Guspul, A. 2020. *Pengaruh Konflik Peran, Ambiguitas Peran Dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Stres Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. Astra Motor, Tbk Banjarnegara Cabang Yogyakarta).* Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) 1 (2), 343-351
- Rahmawati, N. A., Suroso, A. I., & Ramadhan, A. 2018. *Factors Influencing The Purchase Intention in Online Organic Fruit and Vegetable Stores.* Jurnal Manajemen dan Agribisnis, 15(3).