

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Selain itu bab ini juga membahas tentang kesimpulan yang mengemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian yang bersifat analisis obyektif. Sedangkan saran pada bab ini mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada dan ditujukan untuk ruang lingkup penelitian. Pada tahap selanjutnya, penulis membuat implikasi bagi pihak manajerial dan merumuskan saran serta memaparkan keterbatasan penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Hasil Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen

Sikap konsumen secara signifikan mampu memprediksi perubahan pada niat beli konsumen. Perubahan sikap konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Artinya semakin positif sikap konsumen terhadap suatu produk dan disini produk tersebut adalah fashion batik maka hal ini semakin meningkatkan niat beli konsumen akan fashion batik atau dapat dikatakan sikap konsumen memiliki pengaruh yang positif untuk meningkatkan niat beli konsumen karena sikap terhadap produk fashion batik dinilai merupakan respon afektif konsumen, respon afektif ini meliputi perasaan konsumen tentang merek produk seperti perasaan senang atau tidak senang, menarik atau tidak menarik, berkesan atau tidak berkesan pada suatu produk fashion batik.

5.1.2. Hasil Analisis Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Konsumen

Norma subjektif secara signifikan mampu memprediksi perubahan pada niat beli konsumen. Perubahan norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Artinya semakin positif norma subjektif seseorang maka hal ini akan semakin meningkatkan niat beli konsumen karena norma subjektif merupakan keyakinan seseorang untuk mematuhi saran atau arah dari orang sekitarnya untuk mengikuti kegiatan misalnya kegiatan

membeli produk fashion batik yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya dan hal ini mampu memengaruhi niat beli konsumen.

5.1.3. Hasil Analisis Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Konsumen

Persepsi kontrol perilaku secara signifikan mampu memprediksi perubahan pada niat beli konsumen. Perubahan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Artinya semakin positif persepsi kontrol perilaku seseorang maka hal ini akan semakin meningkatkan niat beli konsumen karena persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi seseorang terhadap sulit atau mudahnya melakukan perilaku yang diinginkan terkait dengan keyakinan tersedia atau tidaknya sumber dan kesempatan yang diperlukan untuk mewujudkan perilaku tertentu. Jika seseorang memiliki kondisi kontrol perilaku kuat dan meyakinkan dan memiliki informasi yang jelas tentang produk fashion batik maka hal tersebut akan lebih memberi motivasi kepada seseorang untuk dapat membeli fashion batik.

5.1.4. Hasil Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen Dengan Dimoderasi Norma Subjektif

Norma subjektif tidak memoderasi pengaruh sikap konsumen terhadap niat beli konsumen. Artinya, norma subjektif tidak serta merta akan memengaruhi meningkatnya atau menurunnya sikap konsumen untuk melakukan pembelian fashion batik, disini konsumen tidak memerlukan adanya dorongan lingkungan sekitarnya untuk melakukan pembelian fashion batik dan sikap konsumen ditentukan oleh konsumen itu sendiri.

5.1.5. Hasil Analisis Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Konsumen Dengan Dimoderasi Norma Subjektif

Norma subjektif memoderasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli konsumen. Artinya konsumen dengan dukungan lingkungan yang semakin positif memiliki kendali atas faktor-faktor internal dan eksternal, jika hal tersebut didukung dengan fasilitas yang dibutuhkan maka akan meningkatkan perilaku pembelian fashion batik. Dapat dikatakan bahwa

semakin tinggi dan positif pengaruh dari lingkungan di sekitarnya maka akan semakin positif persepsi seseorang dalam melakukan pembelian pada produk fashion batik.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan uraian dan kesimpulan dari penelitian ini, peneliti dapat merumuskan implikasi manajerial yang dapat diterapkan dalam kehidupan nyata adalah sebagai berikut :

1. Sikap konsumen dapat digambarkan sebagai elemen penting dalam memprediksi dan menggambarkan perilaku atau tindakan manusia. Dalam hal ini sikap juga didapati berpengaruh positif terhadap minat beli, khususnya fashion batik. Hal ini mengungkapkan bahwa sikap positif yang dimiliki konsumen terhadap fashion batik akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara sikap terhadap minat beli fashion batik. Dijelaskan bahwa sikap dari seseorang cenderung memengaruhi perilaku orang tersebut dalam memilih suatu produk fashion batik. Ketika penjual menawarkan variasi produk fashion batik maka sikap yang dimiliki seseorang terhadap karakteristik dan motif produk yang ditawarkan akan secara kuat membentuk persepsi dan memengaruhi minat beli orang tersebut. Penelitian ini menegaskan bahwa sikap yang positif terhadap produk atau suatu merek akan membuat timbulnya minat beli terhadap fashion batik tersebut. Oleh karena itu sangat penting bagi penjual produk fashion batik untuk dapat membangun sikap konsumen yang positif misalnya dengan selalu memperbarui tampilan produk fashion batik di internet sebagai toko online sehingga konsumen dapat selalu melihat tampilan fashion batik yang terbaru.
2. Norma subjektif dapat digambarkan dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa semakin kuat dukungan yang timbul dari lingkungan responden sebagai bentuk norma subjektif maka akan semakin kuat pula minat beli yang terbentuk dalam diri seseorang. Hal ini disebabkan karena norma subjektif menjelaskan bahwa seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti kelompok referensi dan keluarga. Faktor eksternal lainnya seperti teman, kolega, dan pasangan, telah ditemukan memengaruhi pengambilan keputusan dan faktor sosial dan budaya, yang ditentukan oleh agama, kekerabatan, dan hubungan sosial, memainkan peran penting dalam minat beli. Konsumen sering dipengaruhi oleh masukan teman, faktor sosial yang memainkan peran penting dan hal ini

membuktikan bahwa norma subjektif memengaruhi minat beli. Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa norma subjektif memegang peranan penting dalam membentuk minat beli dalam diri seseorang. Oleh karena itu sangat penting bagi penjual fashion batik untuk dapat membangun norma subjektif yang positif misalnya dengan pemasaran produk sampai daerah tertentu sehingga banyak orang yang mengenal produk.

3. Persepsi kontrol perilaku pada dasarnya mencerminkan proses pengambilan keputusan pembelian yang sepenuhnya berada di tangan konsumen. Hal inilah yang membuat variabel ini berdampak positif terhadap minat beli konsumen. Jika konsumen yakin bahwa keputusan berada di tangan konsumen itu sendiri, maka semakin tinggi pula minat beli yang ditimbulkan dari kendali atas keputusan tersebut. Kontrol perilaku juga mencerminkan pada siapa keputusan pembelian dapat diambil. Dalam penelitian ini kontrol perilaku diwakili dengan pengukuran *control beliefs* dan *perceived facilitation*. *Control belief* menggambarkan keyakinan atau kepercayaan yang timbul terhadap sesuatu hal yang disebabkan oleh pengalaman pribadi atau orang lain, sedangkan *perceived facilitation* menggambarkan dorongan atau hambatan untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu sangat penting bagi penjual fashion batik untuk dapat membangun persepsi kontrol perilaku yang positif misalnya dengan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan informasi tentang karakteristik produk fashion batik secara lengkap dengan motif yang menarik dan harga terjangkau sehingga konsumen semakin leluasa untuk mendapatkan produk dan harga yang dibayarkan juga terjangkau dengan kemampuan konsumen.
4. Niat beli konsumen dapat dijelaskan sebagai keinginan yang dimiliki seseorang untuk membeli dan merupakan proses menuju kearah tindakan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu barang. Niat beli dalam penelitian ini dipengaruhi oleh sikap konsumen, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sesuai dengan hasil uji regresi berganda. Setelah peneliti melakukan uji regresi dengan moderasi pada variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pengaruh sikap sebagai variabel independen terhadap niat beli sebagai variabel dependen dengan norma subjektif sebagai variabel moderasi maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap setelah dimoderasi oleh norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap niat beli.

5. Uji regresi dengan moderasi juga dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pengaruh persepsi kontrol perilaku sebagai variabel independen terhadap niat beli sebagai variabel dependen dengan norma subjektif sebagai variabel moderasi, dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kontrol perilaku setelah dimoderasi oleh norma subjektif memiliki pengaruh yang positif terhadap niat beli.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Kuesioner yang disebar hanya dengan cara *online* sehingga tidak ada kontrol dan pendekatan langsung kepada responden dalam pengisian kuesioner.
2. Berdasarkan hasil R-square pada regresi berganda ditemukan cukup rendah (33%) artinya 3 variabel independen dalam penelitian ini belum dapat sepenuhnya memprediksi model niat pembelian konsumen. Sehingga diperlukan variabel lain untuk bisa memperkuat prediksi pada model niat pembelian atau pada penelitian selanjutnya.
3. Batik di Indonesia dinilai sebagai pakaian tradisional yang disering digunakan untuk acara formal. Penelitian ini hanya meliputi variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku namun kurang menggali faktor budaya, peraturan sekolah atau karena keharusan pada acara-acara tertentu.
4. Pada penelitian ini fashion batik yang dimaksud di sini tidak dikategorikan berdasarkan pakaian ataupun aksesoris ataupun tas, sepatu dan lain sebagainya yang menggunakan motif berbahan batik. Sehingga konsumen atau responden akan menjawab berdasarkan semua jenis kategori atau pengalaman mereka ketika menggunakan fashion bermotif batik.

5.4 Saran Penelitian Ke depan

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

1. Menyebarkan kuesioner secara kombinasi yaitu secara *offline* dan secara *online*, agar ada kesempatan untuk dapat menjelaskan setiap item pada kuesioner sehingga dapat mengatasi kelemahan penyebaran kuesioner secara *online*.
2. Menambahkan variabel berdasarkan referensi yang memengaruhi niat beli konsumen sehingga penelitian menjadi lebih lengkap. Sesuai dengan penelitian tentang minat beli kaum milenial di Surabaya pada baju batik yang dilakukan oleh Yasmin (2022), disini variabel yang memengaruhi minat beli konsumen adalah gaya hidup dan desain produk. Penelitian yang relevan dengan penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Azani (2014).
3. Menggali faktor-faktor seperti pengaruh budaya, pengaruh aturan formal pada institusi, regulasi dan tingkat formalitas kegiatan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena hal tersebut ditujukan ntuk mengetahui kelemahan pada setiap variabel.
4. Untuk penelitian kedepan diharapkan kategorinya lebih fokus, misalnya difokuskan pada produk pakaian dengan motif batik saja karena sebagian besar yang digunakan oleh konsumen untuk produk fashion batik adalah pakaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alie, I. P. (2022). *Tindakan Sosial Generasi Milenial Dalam Memperkenalkan Batik Sampang Madura (Studi Fenomenologi Yayasan Putra-Putri Batik Sampang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Audianty, S., & Sunarya, Y. Y. (2021). ANALISIS KETERTARIKAN GENERASI MILENIAL UNTUK PERANCANGAN BATIK MALANGAN. *MODA*, 3(2).
- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 67-78.
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). *Pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat beli dan keputusan pembelian* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Bee, S. C., Worang, F. G., & Wangke, S. (2022). THE INFLUENCE OF PRODUCT ASSORTMENT AND PRICE DISCOUNT IN ONLINE MARKETPLACE TOWARD CONSUMER PURCHASE DECISION OF GENERATION Z IN MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 298-307.
- Borshalina, T., Tjahjar, A. R., Febrita, K. N., Aulia, R., Putra, S. A. A., Zulmartiansyah, M. R., & Sinaga, O. (2022). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND THE FEAR OF MISSING OUT ON GENERATION Z PURCHASING DECISION. *CENTRAL ASIA AND THE CAUCASUS*, 23(1).
- Chaturvedi, P., Kulshreshtha, K., & Tripathi, V. (2020). Investigating the determinants of behavioral intentions of generation Z for recycled clothing: An evidence from a developing economy. *Young Consumers*.
- Darmansa, J. N., Haldani, A., & Tresnadi, C. (2019). Identifikasi minat generasi z terhadap ragam hias batik belanda. *Jurnal Sositologi*, 18(2).
- Digimind.id. 7 Februari 2020. 10 Kategori Produk Terlaris Shopee. Diakses pada 14 Maret 2022, dari <https://digimind.id/>

- Dilshani, A. K. D. N., Praveeni, S. M. N., & Wanigasekara, W. D. M. Social Commerce Impact on Consumers' Purchase Intention among Generation-Z Consumers in Sri Lanka.
- Elmiani, H. I. (2021). Motivasi Milenial pada Penggunaan Outfit Batik. *Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Brawijaya Knowledge Garden.* <http://repository.ub.ac.id/183048>.
- Fristianelis, D. (2022). *HUBUNGAN KOMUNIKASI PEMASARAN MINISO INDONESIA DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Haryati, E., & Mustofa, A. (2022). PEMBERDAYAAN PENGRAJIN INDUSTRI KREATIF MELALUI PENINGKATAN MINAT KALANGAN MILENIAL DAN GEN-Z TERHADAP PRODUK BATIK. *STRATEGI DAN PERKEMBANGAN BATIK TULIS DI JAWA TIMUR MENYONGSONG GO INTERNATIONAL.*
- Itb.ac.id. 26 November 2018. "Mathematics in Batik Fractal", Kombinasi Seni, Sains, dan Teknologi. Diakses pada 24 Oktober 2022, dari <https://www.itb.ac.id/>
- Jain, S. (2020). Assessing the moderating effect of subjective norm on luxury purchase intention: a study of Gen Y consumers in India. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(5), 517-536.
- Jati, E. P., Indriati, S., Astogini, D., & Wulandari, S. Z. (2013, November). ANALISIS SIKAP DAN MINAT MASYARAKAT DALAM MENGEMBANGKAN INDUSTRI KREATIF BATIK DI DESA GAMBAR SARI KECAMATAN KEMANGKON KABUPATEN PURBALINGGA. In *Performance* (Vol. 17, No. 1).
- Kahawandala, N., & Peter, S. (2020). Factors affecting Purchasing Behaviour of Generation Z. IEOM Society International, Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Dubai, UAE, March.
- Kuncoro, H. A. D. P., & Kusumawati, N. (2021). a Study of Customer Preference, Customer Perceived Value, Sales Promotion, and Social Media Marketing Towards Purchase Decision of Sleeping Product in Generation Z. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 265-276.

- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Miswan, M. (2022). Hubungan Antara Kelompok Referensi Dengan Minat Beli Online Pada Generasi Z. *Naskah Publikasi Program Studi Psikologi*.
- Muralidhar, A., & Raja, A. S. (2019). Understanding the purchase intention characteristics of Gen Y and Gen Z and introspecting the modern demand variables in fashion industry. *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 10(12), 144-170.
- Portal.sukabumikota.go.id. 21 April 2021. Hasil Sensus Penduduk 2020. Diakses pada 12 April 2022, dari <https://www.portal.sukabumikota.go.id/>
- Sarwoko, E., & Churiyah, M. (2007). Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian minuman merek aqua berkaitan dengan penerapan program CSR (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(2), 147-164.
- Semuel, H., & Battista, G. (2020). PENGARUH WEBSITE QUALITY (WEBQUAL) TERHADAP PURCHASE INTENTION DAN ETRUST SEBAGAI MEDIASI PADA LEGENDABATIK.COM. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 12.
- Shopee. Co. id. Trend terkini distro batik 2022 dari shopee dengan berbagai ukuran. Diakses pada 12 April 2022, dari <https://shopee.co.id/>
- Snf-febui.com. 27 Desember 2018. Guru dan Generasi Milenial. Diakses pada 24 Oktober 2022, dari <http://snf-febui.com/2018/12/27/jimin-snf-guru-dan-generasi-millennial/>
- Susanto, R. K., & Sahetapy, W. L. (2021). PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT BELI PRODUK LEVI'S PADA GENERASI MILENIAL. *Agora*, 9(2).
- Syarief, L. K., & Sofia, A. I. (2021). Laporan Hasil Penelitian: Analisa Deskriptif Kanal Youtube Nihongo Mantappu Sebagai Media Citizen Diplomacy Batik Indonesia.
- Yasmin, D., Wardhani, N. I. K., & Fitriyah, Z. (2022). MINAT BELI KONSUMEN KAUM MILLENIAL PADA BAJU BATIK DI SURABAYA. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 19-24.

LAMPIRAN I

KUESIONER

PENGARUH SIKAP DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT PEMBELIAN DENGAN VARIABEL MODERASI NORMA SUBJEKTIF PADA PRODUK FASHION BATIK BAGI GENERASI MILENIAL DAN Z

Oleh:

Albert Chandra Tanuwijaya

NPM: 170323281

Yang terhormat Bapak/Ibu/Sdr/i responden di tempat

Perkenalkan saya mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Nama : Albert Chandra Tanuwijaya

NIM : 170323281

Bermaksud meminta bantuan Anda untuk mengisi kuesioner terlampir sebagai data masukan yang saya butuhkan dalam penelitian saya. Kuesioner ini saya buat dengan tujuan untuk mengetahui efek langsung dari pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli dan pengaruh sikap konsumen juga pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli jika dimoderasi oleh norma subjektif. Kuesioner dapat diisi sesuai petunjuk yang telah diberika. Atas kesediaannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya:

Albert Chandra Tanuwijaya

BAGIAN I

Dibawah ini adalah kuesioner mengenai pembelian produk fashion dengan motif batik yang dilakukan responden dalam 1 tahun terakhir. Kuesioner ini sebagai syarat untuk melangkah ke bagian berikutnya

Apakah anda pernah melakukan pembelian produk fashion dengan motif batik (pakaian, celana, aksesoris, tas / sepatu, dll) minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir?

- a. Pernah
- b. Tidak

BAGIAN II

Dibawah ini adalah kuesioner mengenai profil responden. Anda dipersilahkan untuk menjawab salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

1. Nama.....
2. Pendidikan.....
3. Usia
 - a. 10-14 tahun
 - b. 15-19 tahun
 - c. 20-25 tahun
 - d. >25 tahun
4. Uang saku
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.001- Rp 2.000.000
 - c. Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 - d. > Rp 3.000.000

BAGIAN III: KUESIONER PENELITIAN

Di bawah ini adalah kuesioner penelitian mengenai efek langsung dari pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli untuk fashion dengan motif batik pada generasi milenial dan generasi Z dan pengaruh sikap konsumen juga pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli jika dimoderasi oleh norma subjektif untuk fashion batik pada generasi milenial dan generasi Z. Saudara dipersilahkan untuk menjawab salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju

Variabel Sikap (S)

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki sikap positif terhadap produk fashion dengan motif batik					
2	Menurut saya produk fashion dengan motif batik berharga					
3	Menurut saya produk fashion dengan motif batik bermanfaat					

Variabel Norma Subjektif (NS)

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Kebanyakan orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus membeli produk fashion dengan motif batik					
2	Banyak orang disekitar saya memiliki produk fashion dengan motif batik					
3	Saya merasakan tekanan sosial untuk membeli produk fashion dengan motif batik					
4	Orang-orang yang saya dengarkan dapat memengaruhi saya untuk membeli produk fashion dengan motif batik					

Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sendiri yang menentukan apakah saya akan membeli produk fashion dengan motif batik atau tidak					
2	Saya memiliki uang untuk membeli produk fashion dengan motif batik					
3	Bagi saya pembelian produk fashion dengan motif batik dapat saya lakukan dengan sangat mudah					
4	Bagi saya sangat mungkin untuk membeli produk fashion dengan motif batik					

Variabel Niat Beli

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan mencoba untuk membeli produk fashion dengan motif batik di masa depan					
2	Saya berniat membeli barang-barang yang termasuk dalam					
3	Kemungkinan saya akan membeli produk fashion dengan motif batik dalam waktu ke depan					

Section 1 of 6

KUESIONER



Perkenalkan nama saya Albert Chandra Tanuwijaya, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Fakultas Bisnis dan Ekonomi Prodi Manajemen.

Kuesioner ini saya buat dengan tujuan untuk mengetahui efek langsung dari pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli dan pengaruh sikap konsumen juga pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli jika dimoderasi oleh norma subjektif.

Saat ini saya sedang meneliti efek langsung dari pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli untuk fashion dengan motif batik pada generasi milenial dan generasi Z dan pengaruh sikap konsumen juga pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli jika dimoderasi oleh norma subjektif untuk fashion batik pada generasi milenial dan generasi Z. Mohon untuk bersedia mengisi kuesioner saya. Terimakasih

Bila ada yang ingin ditanyakan, silahkan untuk menghubungi saya dengan kontak yang tertera dibawah ini.

Albert Chandra Tanuwijaya: 087731401653

Apakah anda pernah melakukan pembelian produk fashion dengan motif batik (pakaian, celana, aksesoris, tas /sepatu, dll) minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir? *

- Pernah
- Tidak

After section 1 Continue to next section

Section 2 of 6

Identitas Responden



Isilah beberapa pertanyaan dibawah ini sesuai dengan kriteria diri anda!

Nama *

Short answer text

Pendidikan *

Short answer text

Usia *

- < 15 tahun
- 15 - 19 tahun
- 20 - 25 tahun
- > 25 tahun

Uang Saku *

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
- Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000
- > Rp 3.000.000

Mohon mengisi setiap pertanyaan yang anda pilih dengan memilih angka 1 - 5 pada section 3,4,5,6

- 1. sangat tidak setuju
- 2. tidak setuju
- 3. netral
- 4. setuju
- 5. sangat setuju

After section 2 Continue to next section

Section 3 of 6

Kuesioner



Isilah pernyataan - pernyataan dibawah ini dan berilah tanda pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan kriteria anda!

Variabel Sikap (S)

Dibawah ini anda akan dihadapkan pada pernyataan mengenai sikap anda pada fashion dengan motif batik dengan segala perlengkapannya

Saya memiliki sikap positif terhadap produk fashion dengan motif batik *

- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| sangat tidak setuju | <input type="radio"/> | sangat setuju |

Menurut saya produk fashion dengan motif batik berharga *

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	sangat setuju				

Menurut saya produk fashion dengan motif batik bermanfaat *

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	sangat setuju				

After section 3 Go to section 4 (Kuesioner)

Section 4 of 6

Kuesioner

Isilah pernyataan - pernyataan dibawah ini dan berilah tanda pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan kriteria anda!

Variabel Norma Subjektif (NS)

Dibawah ini anda akan dihadapkan pada pernyataan mengenai norma subjektif pada fashion dengan motif batik dengan segala perengkapannya

Kebanyakan orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus membeli produk fashion * dengan motif batik

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	sangat setuju				

Banyak orang disekitar saya memiliki produk fashion dengan motif batik *

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	sangat setuju				

Saya merasakan tekanan sosial untuk membeli produk fashion dengan motif batik *

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	sangat setuju				

Orang- orang yang saya dengarkan dapat memengaruhi saya untuk membeli produk fashion dengan motif batik *

1 2 3 4 5

sangat tidak setuju sangat setuju

After section 4 Go to section 5 (Kuesioner)

Section 5 of 6

Kuesioner

Isilah pernyataan - pernyataan dibawah ini dan berilah tanda pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan kriteria anda!

Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (PKP)

Dibawah ini anda akan dihadapkan pada pernyataan mengenai persepsi kontrol perilaku pada fashion dengan motif batik dengan segala perlengkapannya

Saya sendiri yang menentukan apakah saya akan membeli produk fashion dengan motif batik atau tidak *

1 2 3 4 5

sangat tidak setuju sangat setuju

Questions Responses 218 Settings

Saya memiliki uang untuk membeli produk fashion dengan motif batik *

1 2 3 4 5

sangat tidak setuju sangat setuju

Bagi saya pembelian produk fashion dengan motif batik dapat saya lakukan dengan sangat mudah *

1 2 3 4 5

sangat tidak setuju sangat setuju

⋮
Bagi saya sangat mungkin untuk membeli produk fashion dengan motif batik *

1 2 3 4 5
sangat tidak setuju sangat setuju

After section 5 Go to section 6 (Kuesioner)

Questions Responses 218 Settings

Section 6 of 6

Kuesioner

Isilah pernyataan - pernyataan dibawah ini dan berilah tanda pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan kriteria anda!

Variabel Niat Beli (NB)

Dibawah ini anda akan dihadapkan pada pernyataan mengenai niat beli pada fashion dengan motif batik dengan segala perlengkapannya

Saya akan mencoba untuk membeli produk fashion dengan motif batik di masa depan *

1 2 3 4 5
sangat tidak setuju sangat setuju

Saya berniat membeli barang-barang yang termasuk dalam produk fashion dengan motif batik * dalam waktu kedepan

1 2 3 4 5
sangat tidak setuju sangat setuju

Kemungkinan saya akan membeli produk fashion dengan motif batik dalam waktu kedepan *

1 2 3 4 5
sangat tidak setuju sangat setuju

LAMPIRAN II

TABEL RESPONDEN

S1	S2	S3	NS1	NS2	NS3	NS4	PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	NB1	NB2	NB3	TOTAL	Pendidikan	Usia	Uang saku	Pendidikan	Usia	Uang saku
5	5	5	4	5	1	4	5	5	5		5	5	5	5	64 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	4	5	2	4	4	5	4		4	4	4	5	60 S1	> 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	4	4	3
5	4	4	2	3	1	1	5	5	5		5	2	2	2	46 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
3	5	5	3	4	1	3	5	5	3		5	3	4	3	52 SMA	> 25 tahun	< Rp 1.000.000	5	4	1
5	5	5	3	5	1	1	5	3	4		5	5	5	5	57 Diploma	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	3	4	4
5	5	5	5	3	1	3	5	5	5		5	5	5	5	62 S1	> 25 tahun	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	4	4	2
5	5	5	1	2	1	2	5	5	5		5	1	1	1	44 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
3	3	3	3	3	1	3	3	3	5		3	1	1	5	40 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
4	4	4	4	5	2	1	5	5	4		5	5	4	4	57 Diploma	20 - 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3	3	3
5	5	5	4	4	3	4	5	5	4		5	5	4	4	62 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	4	5	4	5	2	4	4	4	4		4	5	5	5	60 SMA	> 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	1	4	4
5	5	5	3	4	1	1	5	5	5		5	5	5	5	59 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	1
4	4	5	4	5	4	5	5	5	5		4	4	4	5	63 SMA	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	1	4	4
4	5	5	5	3	3	3	4	4	4		5	5	5	5	59 S1	> 25 tahun	< Rp 1.000.000	4	4	1
5	5	5	5	3	2	2	5	5	4		5	4	5	5	60 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5		5	5	5	5	69 S2	> 25 tahun	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	5	4	2
5	5	5	5	5	1	1	5	5	5		5	5	5	5	62 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	5	5	2	3	5	3	5		5	5	3	3	57 Diploma	> 25 tahun	< Rp 1.000.000	3	4	1
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5		5	5	5	5	69 Diploma	> 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3	4	3
5	5	5	5	3	4	1	3	5	3		5	4	4	4	55 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	58 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4		5	5	4	4	65 S1	> 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	4	4	3
5	5	5	5	5	1	5	5	5	5		5	5	5	5	66 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	3	5	2	3	4	5	5		5	5	5	5	62 S2	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	5	4	4
5	5	5	5	5	3	2	5	5	5		4	5	4	4	62 S1	> 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	4	4	3
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5		4	4	5	5	62 S1	> 25 tahun	< Rp 1.000.000	4	4	1
5	4	4	3	4	3	3	5	3	4		4	2	4	4	52 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4	60 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	4	4	3	3	5	5	4		5	4	4	4	60 S2	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	5	4	4
5	5	5	4	4	3	3	5	4	5		5	5	5	5	63 S2	> 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	5	4	3
5	4	4	3	4	2	3	4	3	3		4	3	3	3	48 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	5	5	1	5	5	5	5		5	5	5	5	66 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
3	4	4	4	4	1	3	5	4	5		5	4	4	4	54 S1	> 25 tahun	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4		3	3	3	3	49 SMA	> 25 tahun	< Rp 1.000.000	1	4	1
4	4	5	4	3	5	3	3	5	5		5	5	5	5	62 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
4	4	5	4	3	5	3	5	5	5		5	5	5	5	62 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3	42 Diploma	> 25 tahun	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3	4	1
4	5	3	2	3	1	3	5	4	4		4	3	3	3	47 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4		4	4	3	4	59 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4		4	3	3	3	45 S1	> 25 tahun	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	4	4	2
4	4	4	4	3	3	4	4	5	5		5	5	4	4	58 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	5	5	3	4	5	5	5		5	5	5	5	67 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
4	4	4	3	3	2	2	5	4	5		4	4	3	3	50 S1	> 25 tahun	< Rp 1.000.000	4	4	1
4	4	5	3	5	1	3	5	5	5		4	5	4	4	58 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
4	4	5	4	4	2	2	4	4	4		4	4	4	4	53 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	70 S1	> 25 tahun	< Rp 1.000.000	4	4	1
4	5	4	3	4	3	4	4	4	4		4	4	4	4	54 S1	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	4	4	4
5	5	5	3	5	1	5	5	5	5		5	5	5	5	64 S2	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	70 SMA	> 25 tahun	> Rp 3.000.000	1	4	4