

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. *Theory of Planned Behavior*

Theory of planned behavior adalah pengembangan dari *theory of reasoned action* (teori yang beralasan) yang awalnya dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1967, kemudian direvisi dan diperluas pada tahun 1980. Pada awalnya *theory of reasoned action* diterapkan untuk memahami perilaku manusia yang sepenuhnya berada di bawah kendali individu. Namun, ketika perilaku tertentu tidak sepenuhnya berada dalam kendali seseorang, meskipun individu sangat termotivasi oleh sikap dan norma subjektifnya, maka individu tersebut mungkin tidak akan melakukan perilaku secara nyata (Tamba, 2019). Untuk menutupi kekurangan tersebut, Ajzen dan Fishbein kemudian memperkenalkan *theory of planned behavior* pada 1988. Teori ini dirancang untuk memprediksi perilaku yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali pribadi seseorang dan berlandaskan pada perspektif kepercayaan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Dalam *theory of planned behavior*, dijelaskan bahwa tindakan yang akan diambil oleh seseorang terhadap suatu perilaku tertentu dipengaruhi oleh minat mereka untuk melakukan perilaku tersebut (Baihaqi et al., 2021). Berdasarkan *theory of planned behavior*, terdapat tiga komponen yang mempengaruhi minat

individu untuk melakukan tindakan tertentu, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku (Rohmah *et al.*, 2024).

a. Sikap

Menurut Ajzen (2015) sikap merupakan hasil dari keyakinan individu terhadap suatu perilaku tertentu, yang mencerminkan persepsi mengenai dampak positif atau negatif dari tindakan tersebut, serta nilai yang diberikan secara subjektif terhadap konsekuensi yang mungkin terjadi. Sikap mengacu pada pandangan individu, baik positif maupun negatif, dalam melakukan suatu tindakan tertentu (Elistia & Nurma, 2023). Menurut Mariana *et al.*, (2020), sikap dapat didefinisikan sebagai hasil evaluasi positif atau negatif terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berperilaku.

Menurut Ajzen (2015), indikator variabel sikap yaitu:

1) Pandangan positif terhadap suatu produk

Individu memiliki penilaian yang menguntungkan terhadap produk, yang mempengaruhi keinginan untuk memilikinya.

2) Keyakinan bahwa produk memiliki kualitas yang baik

Individu percaya bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

3) Keyakinan bahwa membeli produk adalah keputusan yang benar

Individu merasa yakin bahwa membeli produk tersebut adalah pilihan yang tepat.

4) Keyakinan membeli produk memberikan kepuasan

Individu percaya bahwa pembelian produk akan memenuhi harapan dan memberikan manfaat atau kebahagiaan.

b. Norma Subjektif

Norma subjektif mengacu pada pandangan seseorang tentang tekanan sosial yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan atau menghindari suatu tindakan tertentu (Ajzen, 2015). Menurut Sari *et al.*, (2023), Norma subjektif merupakan pengaruh tekanan eksternal dalam memutuskan tindakan tertentu, yang dipengaruhi keyakinan normatif yang berkaitan dengan preferensi perilaku sosial yang dianggap penting. Persepsi individu tentang ekspektasi dari orang-orang penting dalam hidupnya (*significant other*) mengenai apakah seseorang seharusnya melakukan atau menghindari sesuatu tindakan atau perilaku tertentu, di mana persepsi ini bersifat subjektif (Ramdhani, 2016). Norma subjektif berkaitan dengan dukungan atau penolakan dari orang lain terhadap perilaku tertentu, dukungan ini memotivasi seseorang untuk melakukan tindakan (Alfian *et al.*, 2023). Norma subjektif mengacu pada dorongan sosial yang diterima individu dari orang-orang penting di sekitarnya, yang menganggap individu perlu atau sebaiknya tidak melakukan perilaku tersebut (Elistia & Nurma, 2023). Menurut Mariana *et al.*, (2020), seseorang akan termotivasi dan merasakan tekanan sosial untuk melakukan suatu perilaku jika dia percaya bahwa

orang-orang disekitarnya mendukung atau menyetujui perilaku tersebut.

Berikut indikator norma subjektif menurut Ajzen (2015):

1) Pengaruh keluarga

Keputusan individu dipengaruhi oleh dorongan atau pendapat yang diberikan oleh anggota keluarga.

2) Rekomendasi dari teman

Teman memberikan saran atau rekomendasi yang mempengaruhi pilihan individu untuk membeli atau tidak membeli suatu produk.

3) Pengaruh media sosial

Opini, tren, dan informasi dari media sosial membentuk pandangan individu terhadap suatu produk atau perilaku.

4) Pengaruh lingkungan sosial

Komunitas atau kelompok memberikan tekanan atau dorongan untuk mengikuti kebiasaan tertentu dalam mengambil keputusan.

c. Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai adanya faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat kemampuannya dalam melakukan tindakan tertentu (Ajzen, 2015). Menurut Ajzen (1991), kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai sejauh mana seseorang dapat mengendalikan perilaku tersebut. Menurut Sari *et al.*, (2023), Kontrol perilaku merupakan sejauh mana individu merasa mudah atau sulit untuk melakukan suatu tindakan, yang dipengaruhi

oleh pengalaman sebelumnya serta keyakinan mereka terhadap faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku tersebut. Kontrol perilaku adalah salah satu persepsi mengenai ada atau tidak adanya sumber daya dan peluang yang diperlukan untuk melakukan suatu perilaku (Ningtyas *et al.*, 2021). Kontrol perilaku adalah keyakinan individu mengenai kemampuannya untuk mencapai suatu hasil, apakah bergantung pada usaha pribadinya atau faktor lain yang berada di luar kendalinya (Witriyana *et al.*, 2019). Seseorang memiliki kendali penuh atas perilaku jika tidak ada hambatan, namun kendali tersebut bisa hilang sepenuhnya ketika sumber daya tidak tersedia (Tamba, 2019). Pandangan individu mengenai sejauh mana perilaku tertentu dapat dilakukan dengan mudah atau sulit, yang mencakup pengalaman masa lalu serta kemungkinan hambatan yang dapat menghalangi pelaksanaan tersebut.

Menurut Ajzen (2015) ada 4 indikator untuk mendukung kontrol seseorang dalam mengambil tindakan tertentu:

1) Kemampuan sesuai anggaran

Individu merasa mampu membeli produk karena harga produk sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

2) Akses yang mudah

Individu dapat dengan mudah menjangkau tempat atau platform untuk membeli produk yang diinginkan.

3) Memiliki waktu yang fleksibel

Individu memiliki cukup waktu untuk melakukan pembelian tanpa adanya kendala waktu yang berarti.

4) Mudah memperoleh informasi

Informasi mengenai produk atau layanan dapat diakses dengan mudah, membantu individu dalam pengambilan keputusan.

2. Minat Beli

Minat beli adalah fokus perhatian yang diasumsikan mampu mempengaruhi perilaku individu, mendorong motivasi, serta menunjukkan usaha dan keseriusan dalam melaksanakan tindakan pembelian (Mariana et al., 2020). Minat beli adalah suatu hal yang mencerminkan kesiapan seseorang yang memiliki peluang, kemungkinan, rencana, atau kesediaan untuk membeli produk atau jasa dimasa depan (Baihaqi et al., 2021). Minat beli merujuk pada hubungan antara sikap individu terhadap keinginan suatu objek tertentu (Alwafi et al., 2016). Minat beli mengacu pada sejauh mana seseorang cenderung untuk membeli produk tertentu dan menjadi salah satu aspek penting dalam memahami perilaku konsumen (Wardhana, 2024). Minat beli adalah posisi seseorang dalam kemungkinan subjektif yang melibatkan hubungan antara dirinya dengan berbagai tindakan (Ningtyas et al., 2021). Menurut Mariana et al., (2020) indikator variabel minat beli sebagai berikut:

1) Keinginan untuk membeli

Dorongan awal konsumen yang tertarik terhadap produk yang ditawarkan, karena terlihat menarik atau memenuhi kebutuhan spesifik.

2) Rencana membeli dimasa mendatang

Niat konsumen untuk membeli produk tertentu pada waktu mendatang, bisa dipengaruhi oleh pengalaman positif sebelumnya, atau promosi yang sedang berlangsung.

3) Keinginan merekomendasikan produk kepada orang lain

Konsumen cenderung menyarankan produk kepada orang lain berdasarkan kepuasan mereka.

4) Pertimbangan dalam memilih produk

Proses evaluasi terhadap manfaat atau nilai produk, seperti kualitas, harga, ketersediaan, atau layanan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Interaksi	Judul, Penulis, dan Tahun	Hasil
1.	Sikap terhadap Minat Beli	<i>Theory of Planned Behavior</i> dalam Minat Beli Produk Kosmetik Organik pada Generasi Y di Jakarta (Elistia & Nurma, 2023)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Analisis <i>Theory of Planned Behavior</i> terhadap Minat Penglabelisasian Produk pada Perilaku Pedagang Daging di Kabupaten Aceh Timur (Fuadi <i>et al.</i> , 2024)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku	Tidak berpengaruh

		terhadap Minat Beli Produk Secara Online di Shopee (Witriyana <i>et al.</i> , 2019)	
2.	Norma Subjektif terhadap Minat Beli	Analisis <i>Theory of Planned Behavior</i> terhadap Minat Penglabelisian Produk pada Perilaku Pedagang Daging di Kabupaten Aceh Timur (Fuadi <i>et al.</i> , 2024)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Analisis Pengaruh <i>Planned Behavioral</i> Lip Cream Kosmetik Wardah terhadap Purchase Intention dan Consumer Buying (Baihaqi <i>et al.</i> , 2021)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Skincare Ms. Glow Beauty (Studi Kasus pada Masyarakat Cikarang Usia 20-30 Tahun) (Rohmah <i>et al.</i> , 2024)	Tidak berpengaruh
3.	Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Produk Secara Online di Shopee (Witriyana <i>et al.</i> , 2019)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, dan Kemaslahatan Makanan Halal: Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Kota Padang (Alfian <i>et al.</i> , 2023)	Berpengaruh positif dan signifikan
		Pengaruh <i>Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control</i> terhadap Minat Beli Jasa Transportasi Online (Romadhoni & Guspul, 2020)	Tidak berpengaruh

C. Perumusan Hipotesis

1. Hubungan Sikap dengan Minat Beli

Menurut Ajzen (1991), individu cenderung menunjukkan sikap positif terhadap tindakan yang diyakini akan memberikan hasil yg sesuai harapan,

dan sikap negatif terhadap tindakan yang dianggap menghasilkan dampak yang tidak diinginkan. Sikap didefinisikan sebagai keyakinan seseorang mengenai konsekuensi dari perilaku tersebut, yang mencerminkan penilaian subjektif individu terhadap lingkungannya (Purwanto *et al.*, 2022). Keyakinan ini mempengaruhi kecenderungan individu untuk bertindak sesuai dengan persepsi positif atau negatif terhadap hasil yang diharapkan dari perilaku tersebut, sehingga membentuk sikap yang kuat terhadap tindakan tertentu. Penilaian individu terhadap apa yang mereka sukai atau tidak sukai, yang ditentukan oleh keyakinan mengenai bagaimana perilaku tersebut berhubungan dengan hasil dan pengalaman yang diperoleh (Sari *et al.*, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Elistia & Nurma (2023), menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Semakin positif sikap konsumen terhadap *fast food*, semakin tinggi minat beli *fast food* tersebut. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Sikap berpengaruh positif terhadap Minat Beli *Fast food Rocket Chicken*.

2. Hubungan Norma Subjektif dengan Minat Beli

Menurut Sari *et al.*, (2023), norma subjektif merupakan pengaruh tekanan eksternal dalam memutuskan tindakan tertentu, yang dipengaruhi keyakinan normatif yang berkaitan dengan preferensi perilaku sosial yang dianggap penting. Norma subjektif adalah penilaian yang diberikan oleh orang lain terhadap suatu tindakan tertentu (Fuadi *et al.*, 2024). Norma subjektif

mencerminkan sejauh mana individu merasa diharapkan atau didorong untuk melakukan tindakan tersebut berdasarkan persepsi sosial atau pengaruh lingkungan sekitar.

Berdasarkan penelitian Baihaqi et al., (2021) yang mengaplikasikan *Theory of Planned Behavior*, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara norma subjektif terhadap minat beli. Artinya jika seseorang merasa bahwa orang-orang yang ada disekitarnya, seperti keluarga, teman, atau komunitas, mendukung atau menyarankan untuk membeli suatu produk, maka minat beli orang tersebut akan meningkat. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap Minat Beli *Fast food Rocket Chicken*.

3. Hubungan Kontrol Perilaku dengan Minat Beli

Persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya untuk melakukan suatu tindakan, yang dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya serta keyakinan mereka terhadap faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku tersebut (Sari et al., 2023). Pelaksanaan suatu perilaku dipengaruhi oleh adanya sumber daya yang memadahi dan kemampuan individu dalam melakukan tindakan tertentu. Menurut Delany & Sitio (2022), semakin banyak sumber daya yang dimiliki dan semakin sedikit hambatan yang dirasakan, semakin besar kontrol yang dirasakan individu terhadap perilaku tersebut, sehingga niat untuk melakukannya semakin kuat.

Berdasarkan penelitian dari Witriyana et al., (2019) yang menyatakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol perilaku memiliki peran penting dalam membentuk niat individu untuk melakukan tindakan tertentu. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap Minat Beli *Fast food Rocket Chicken*.

4. Hubungan Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku dengan Minat Beli

Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku merupakan komponen utama yang saling melengkapi dalam mempengaruhi minat beli secara simultan, sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior*. Sikap positif terhadap produk Rocket Chicken, seperti persepsi bahwa produk memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan preferensi konsumen, menjadi faktor awal yang mendorong terbentuknya minat beli. Norma subjektif, yang menggambarkan dukungan sosial dari lingkungan sekitar berperan dalam memperkuat pengaruh sikap positif tersebut. Selanjutnya kontrol perilaku, yang mencakup persepsi mengenai kemudahan dalam melakukan tindakan tertentu, mendukung realisasi sikap dan norma subjektif.

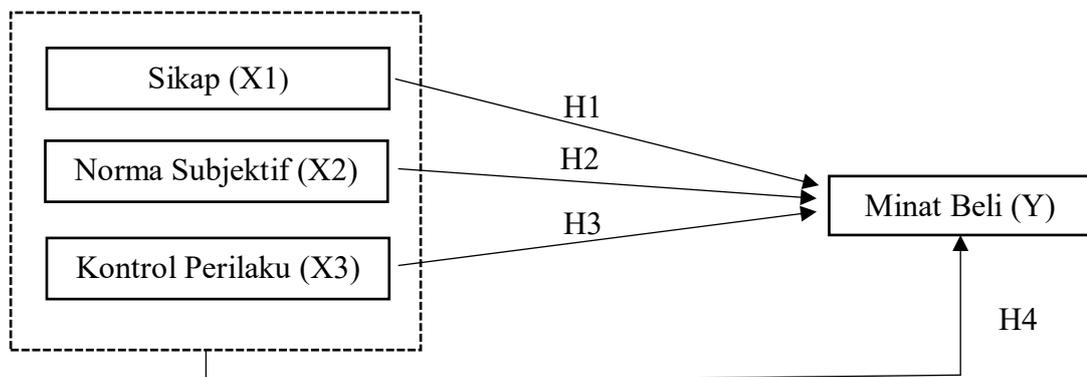
Penelitian yang dilakukan oleh Witriyana et al., (2019), menyatakan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli. Hasil yang sama diketahui dari penelitian

Rohmah et al., (2024), yang menyatakan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat beli skincare Ms.Glow Beauty. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Purwantini & Tripalupi, (2021) juga menyatakan hal yang serupa bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H4: Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli *Fast food Rocket Chicken*.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hipotesis yang dijelaskan pada perumusan hipotesis, maka terdapat kerangka pemikiran sebagai gambar berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran