

ABSTRAKSI

Eddy Hartomo (5890077) " Perbedaan niat membeli shampoo Brisk *Two In One - For Men* antara subjek yang memiliki *Locus of Control* internal dan eksternal ditinjau dari kelompok usia remaja dan dewasa." *Skripsi gelar jenjang S1*. Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

Perbedaan orientasi *Locus of Control* pada diri seseorang akan mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kejadian-kejadian di sekelilingnya dan kejadian-kejadian yang dialaminya. Dalam ilmu perilaku konsumen, niat membeli seseorang disamping bersumber dari dalam diri sendiri, juga banyak dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam hal ini subjek yang memiliki orientasi *Locus of Control* eksternal akan lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan, baik media masa maupun lingkungan sosial sehingga niat membeli subjek terhadap Shampoo Brisk *Two In One - For Men* akan memiliki perbedaan dengan individu yang memiliki *Locus of Control* internal. Selain itu juga akan dilihat perbedaan kelompok usia yang akan mempengaruhi besar niat membeli. Subjek remaja yang masih labil dan mudah terpengaruh akan memiliki perbedaan niat membeli dibandingkan dengan subjek dewasa yang lebih matang dan tidak mudah terpengaruh.

Subjek penelitian ini adalah laki-laki remaja dan dewasa di wilayah Surabaya selatan dengan *cluster sampling* SMAK St. Louis 2 untuk remaja dan PT. Hasuno Putra Utama untuk dewasa. Dari 119 subjek penelitian, setelah diadakan pemilahan orientasi *Locus of Control*, subjek yang memenuhi syarat berjumlah 48 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Locus of Control* dan kelompok usia remaja dan dewasa, sedangkan variabel tergantungnya adalah niat membeli. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Anava 2 Jalur.

Hasil penelitian yang diperoleh untuk masing-masing hipotesis adalah (1) diperoleh nilai $t = 0,707$ dengan $p = 0,510$, tidak ada perbedaan niat membeli Shampoo Brisk *Two In One - For Men* antara subjek dengan *Locus of Control* internal dan eksternal. (2) diperoleh nilai $t = 2,127$ dengan $p = 0,037$, ada perbedaan niat membeli Shampoo Brisk *Two In One - For Men* antara subjek remaja dan dewasa. (3) diperoleh nilai $t = -0,914$ dengan $p = 0,631$, tidak ada perbedaan niat membeli antara subjek remaja yang memiliki *Locus of Control* internal dan eksternal. (4) diperoleh nilai $t = -0,174$ dengan $p = 0,857$, tidak ada perbedaan niat membeli Shampoo Brisk *Two In One - For Men* antara subjek dewasa yang memiliki *Locus of Control* internal dan eksternal.

