

Puspita Yuniastri Muninggar (2007). Judul Skripsi. “Hubungan Sikap, Niat Beli dan Perilaku Beli Terhadap Bintang Zero” Gelar Jenjang Sarjana Starata 1: Surabaya Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

INTISARI

Bintang Zero merupakan minuman jenis bir yang dinyatakan bebas alkohol dan telah menimbulkan kontroversi di masyarakat. Hal ini tentu memiliki dampak terhadap pemasaran Bintang Zero. Perilaku konsumen dapat diukur melalui kerangka sikap dan niat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan fenomena sikap dan untuk mengetahui apakah sikap berhubungan langsung dengan perilaku beli terhadap Bintang Zero ataukah sikap berhubungan melalui niat beli dan perilaku beli terhadap Bintang Zero. Penulis mencoba menyajikan suatu bentuk penelitian mengenai hubungan antara sikap, niat beli dan perilaku beli terhadap Bintang Zero. Desain penelitian yang digunakan adalah desain kausal dengan hipotesis. Teknik penentuan sampel secara *non probabilitas* dengan menggunakan *accidental sampling*. Subjek adalah pengunjung Kafe Delta 5 Surabaya maupun Sidoarjo yang memiliki usia antara 20 sampai 30 tahun sesuai target pasar MBI. Subjek berjumlah 60 orang. Data penelitian ini diuji dengan menggunakan Analisis jalur. Hasil analisis data menunjukkan terdapat hubungan sikap dan niat beli terhadap Bintang Zero dengan nilai koefisien *standardized beta* 0,637 ($p < 0,05$), niat beli dengan perilaku beli terhadap Bintang Zero dengan nilai koefisien *standardized beta* 0,685 ($p < 0,05$), sikap dan perilaku beli terhadap Bintang Zero dengan nilai koefisien *standardized beta* 0,648 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil pengujian multivariat diketahui bahwa struktur model dari hubungan antara sikap, niat beli dan perilaku beli terhadap Bintang Zero adalah *fit* (RMSEA=0,000). Selain itu didapat juga hasil bahwa aspek *perceived behavioral control* dan *outcomes evaluation* dari sikap merupakan aspek yang paling berpengaruh terhadap niat beli Bintang Zero. Sedangkan *behavioral belief*, *perceived behavioral control*, dan *evaluation outcomes* merupakan aspek dari sikap yang paling berpengaruh terhadap perilaku beli Bintang Zero. Saran bagi perusahaan hasil uji *fit* yang signifikan dengan menggunakan model Fishbein & Ajzen dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengukur sikap dan niat beli untuk memprediksi perilaku beli. Bagi konsumen agar lebih berhati-hati dalam memilih suatu produk terutama jenis makanan dan minuman yang dapat menimbulkan kontroversi dari sudut pandang agama sebelum melakukan pembelian.

Kata Kunci : Sikap, Niat beli, Perilaku beli, Bintang Zero.