



TESIS - BM185407

**FAKTOR PENENTU PEMBELIAN BAHAN
BAKAR MINYAK (BBM) NON-SUBSIDI DI KOTA
SURABAYA DENGAN *THEORY OF PLANNED
BEHAVIOR***

RANGGI HARITS PRIVANA
0921185008607

**Dosen Pembimbing
Prof. Iwan Vanany, ST, MT, PhD**

**Departemen Manajemen Teknologi
Fakultas Desain Kreatif Dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2021**



TESIS - BM185407

**FAKTOR PENENTU PEMBELIAN BAHAN
BAKAR MINYAK (BBM) NON-SUBSIDI DI KOTA
SURABAYA DENGAN *THEORY OF PLANNED
BEHAVIOR***

RANGGI HARITS PRIVANA
0921185008607

Dosen Pembimbing
Prof. Iwan Vanany, ST, MT, PhD

Departemen Manajemen Teknologi
Fakultas Desain Kreatif Dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2021

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



THESIS - BM185407

**DETERMINANTS OF PURCHASING FUEL
(BBM) NON-SUBSIDY IN SURABAYA CITY
WITH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR**

**RANGGI HARITS PRIVANA
0921185008607**

**Supervisors
Prof. Iwan Vanany, ST, MT, PhD**

**Department of Technology Management
Faculty of Creative Design and Digital Business
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2021**

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Magister Manajemen Teknologi (M.MT)

di

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

Ranggi Harits Privana

NRP: 09211850086007

Tanggal Ujian: 23 Februari 2021

Periode Wisuda: Maret 2021

Disetujui oleh:

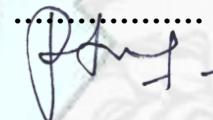
Pembimbing:

- 1. Prof. Iwan Vanany, ST., MT., Ph. D**
NIP: 195904301989031001



Pengaji:

- 1. Putu Dana Karningsih ST., M.Eng. Sc., Ph.D**
NIP: 1974050819990323001
- 2. Prof. Dr. Ir. Suparno MSIE**
NIP: 194807101976031002



**Kepala Departemen Manajemen Teknologi Fakultas
Desain Kreatif Dan Bisnis Digital**



Prof. Ir. I Nyoman Pujiawan, M.Eng, Ph.D, CSCP

NIP: 196912311994121076

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ranggi Harits Privana
NRP : 09211850086007
Program Studi : Teknik Sistem dan Rekayasa Industri

Menyatakan bahwa isi tesis saya yang berjudul:

**“FAKTOR PENENTU PEMBELIAN BAHAN BAKAR MINYAK (BBM)
NON-SUBSIDI DI KOTA SURABAYA DENGAN
THEORY OF PLANNED BEHAVIOR”**

adalah benar-benar hasil karya intelektual mandiri, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan, dan bukan merupakan karya pihak lain yang saya akui sebagai karya sendiri. Seluruh referensi yang dikutip dan dirujuk telah saya tulis secara lengkap di daftar pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, Maret 2021

Ranggi Harits Privana
NRP. 09211850086007

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

FAKTOR PENENTU PEMBELIAN BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) NON-SUBSIDI DI KOTA SURABAYA DENGAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

Nama Mahasiswa : Ranggi Harits Privana
NRP Mahasiswa : 09211850086007
Pembimbing : Prof. Iwan Vanany S.T, M.T, Ph.D

ABSTRAK

Bahan bakar minyak merupakan salah satu bahan yang masih dibutuhkan oleh manusia. Minimnya pasokan BBM dalam negeri menimbulkan permasalahan yang harus diselesaikan oleh pemerintah yaitu dengan menambah cadangan minyak atau membiarkan perusahaan migas dapat menjual BBM non subsidi secara bebas di pasar Indonesia. Masyarakat Indonesia dihadapkan pada berbagai pilihan bahan bakar yang disediakan oleh produsen. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mencari preferensi konsumen sebagai faktor dalam menentukan jenis bahan bakar non subsidi di SPBU Pertamina dan Non Pertamina. Konsumen diharapkan mampu mengambil keputusan untuk membeli BBM non subsidi dengan berbagai pertimbangan dan mandiri. Metode penentuan responden akan menggunakan purposive sampling di Kota Surabaya, karena di Kota Surabaya banyak terdapat pengecer BBM swasta (non Pertamina). Konsumen dapat menentukan pilihan mereka dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* untuk membeli produk atau layanan tertentu. Dengan menggunakan metode Theory of Planned Tingkah laku, keinginan konsumen dapat diprediksi sehingga kepuasan konsumen dapat dipenuhi oleh produsen dan produsen dapat menentukan strategi pemasaran bisnis yang tepat sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, persepsi pengendalian perilaku, dan niat terhadap perilaku konsumen. Metode penelitian ini menggunakan jenis survei desain penelitian kuantitatif regresif. Penentuan responden menggunakan convenience random sampling di Kota Surabaya dengan jumlah 280 responden, karena di daerah tersebut banyak terdapat pengecer BBM swasta (non Pertamina). Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku dan niat berpengaruh signifikan terhadap kemungkinan perilaku konsumen membeli BBM non subsidi di SPBU ritel tertentu, sedangkan norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan bersifat negatif sehingga tidak memungkinkan mempengaruhi pemilihan pembelian konsumen bahan bakar di SPBU ritel tertentu.

Kata kunci: BBM Non-Subsidi, Konsumen, *Theory of Planned Behavior*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DETERMINANTS OF PURCHASING FUEL (BBM) NON-SUBSIDY IN SURABAYA CITY WITH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

*Stuendent's Name : Ranggi Harits Privana
Student's ID : 09211850086007
Supervisor : Prof. Iwan Vanany S.T, M.T, Ph.D*

ABSTRACT

Fuel oil is one of the materials that is still needed by humans. The lack of domestic fuel supply causes problems that must be resolved by the government, namely by increasing oil reserves or allowing oil and gas companies to be able to sell BBM freely on the Indonesian market. Indonesian society is faced with various choices of fuel provided by producers. In this study, researchers tried to find consumer preferences as a factor in determining the type of non- subsidized fuel at Pertamina and non- Pertamina gas stations. Consumers are expected to be able to make decisions to buy non-subsidized fuel with various considerations and independently. The method of determining respondents will use convenience random sampling in the city of Surabaya, because in the city of Surabaya there are many private petrol retailers (non-Pertamina). Consumers can determine their choice by using the Theory of Planned Behavior approach to purchase certain products or services. By using the Theory of Planned Behavior method, consumer desires can be predicted so that consumer satisfaction can be fulfilled by producers and producers are able to determine the right business marketing strategy so as to increase profit as much as possible. This study aims at the influence of attitude toward behavior, subjective norm, perceived behavior control, and intention. This research method used a regressive quantitative research design survey type. Determination of respondents using convenience random sampling in the city of Surabaya with a total of 280 respondents, because in that area there are many private petrol retailers (non- Pertamina). The analysis technique uses multiple linear regression. The results of this study indicate attitude toward behavior and intention have a significant effect on the possibility of making consumer behavior to buy fuel at certain retail gas stations, while subjective norm and perceived behavior control are negative so that it is not possible to make consumer behavior to buy fuel at certain retail gas stations.

Keywords: Non-Subsidized Fuel, Consumers, Theory of Planned Behavior

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena limpahan berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tesis ini dengan baik. Tesis ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Program Magister Manajemen Teknologi ITS. Selain itu, ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada beberapa pihak yang telah membantu, membimbing, memotivasi penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penulisan laporan tesis ini. Adapun pihak-pihak tersebut adalah:

1. Achmad Supriyanto, Anna Rustianti, dan Aghnia Azka Privanna selaku keluarga penulis yang telah mendukung penulis secara moral, doa, materi, serta semangat.
2. Prof. Iwan Vanany ST., MT., PhD. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan proposal tesis.
3. Putu Dana Karningsih ST., M. Eng. Sc., PhD dan Prof. Dr. Ir. Suparno, MSIE selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan sehingga penulisan tesis ini dapat lebih baik
4. Teman-teman Manajemen Rantai Pasok kelas eksekutif MMT ITS yang selalu saling mendukung agar wisuda bersamaan.
5. Atasan dan rekan kerja di PT. HM Sampoerna Tbk ASO Mojokerto yang membantu dan mengizinkan penulis untuk melanjutkan studi hingga selesai.
6. Rizqi Aisyah Kuncaraningrum selaku teman dekat yang menginspirasi, membantu, mendukung, berkorban selama proses kuliah hingga penulisan tesis ini
7. Dosen-dosen pengajar dan para staff di MMT ITS.
8. Semua pihak yang telah membantu serta mendukung penyusunan proposal tesis ini.

Penulis mengharapkan saran, kritik, serta masukan guna penyempurnaan proposal tesis ini. Diharapkan jika kedepannya penelitian dapat dikembangkan untuk objek penelitian yang lain atau analisa yang lebih

mendalam. Semoga proposal tesis ini dapat berguna dan membantu semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 5 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Jenis BBM di Indonesia	6
2.1.1 Avgas (<i>Aviation Gasoline</i>)	6
2.1.2 Avtur (<i>Aviation Turbine</i>).....	6
2.1.3 Bensin	6
2.1.4 Minyak Tanah (<i>Kerosone</i>)	7
2.1.5 Minyak Solar (HSD)	7
2.1.6 Minyak Diesel (MFD).....	7
2.1.7 Minyak Bakar (MFO).....	8
2.1.8 Biodiesel	8

2.1.9	Pertamina Dex	8
2.2	Konsumsi BBM Nasional.....	8
2.3	Pelaku Usaha Retail BBM di Indonesia	9
2.3.1.	PT Pertamina	9
2.3.2.	Shell Indonesia	9
2.3.3.	Total Indonesia	10
2.3.4.	British Petroleum.....	10
2.4	Perbandingan Produk BBM Non-Subsidi di Kota Surabaya.....	10
2.4	Tingkah Laku Konsumen	12
2.5	<i>Theory of Planned Behavior</i>	13
2.5.1	Sikap Terhadap Perilaku	14
2.5.2	Norma Subjektif	15
2.5.3	Kontrol Perilaku yang Dirasakan	15
2.5.4	Niat	16
2.6	Komponen <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.7	Penelitian Terdahulu	18
	BAB 3 METODA PENELITIAN.....	21
3.1	Rancangan Penelitian.....	22
3.2	Hipotesa Penelitian	22
3.3	Variabel Penelitian dan Pengukuranya.....	23
3.4	Populasi Sampel.....	23
3.5	Instrumen Penelitian	24
3.5.1	Pengumpulan Data.....	26
3.5.2	Analisis Data.....	26
1.	Uji Validitas	26
2.	Uji Reliabilitas	27

3.	Uji t.....	28
4.	Uji F.....	28
5.	Koefisien Determinasi (R^2)	29
6.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
	BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	31
4.1.	Pengumpulan Data	31
4.1.1.	Pengujian Validitas	31
4.1.2.	Pengujian Reliabilitas.....	32
4.2.	Karakteristik Responden	33
4.2.1.	Jenis Kelamin	34
4.2.2.	Usia.....	34
4.2.3.	Jenis Kendaraan.....	35
4.2.4.	Tingkat Pendidikan	36
4.2.5.	Penghasilan.....	37
4.3.	Pengolahan Data.....	37
4.3.1.	Uji Asumsi Klasik	37
1.	Uji Heteroskedastisitas	37
2.	Uji Normalitas	38
4.3.2.	Pengolahan Data Regresi Linier Berganda	39
1.	Uji T	39
2.	Uji Simultan (Uji F)	40
3.	Koefisien Determinasi	41
4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
4.2.	<i>One Way ANOVA</i>	42
	BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	45
5.1.	Analisa Hasil Penelitian	45

5.2.	Implikasi Hasil Penelitian.....	47
5.3.	Penelitian Selanjutnya (Berbasis Pada Keterbatasan).....	47
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		49
6.1.	Kesimpulan	49
6.2.	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN		55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsumsi BBM per Jenis di Indonesia Tahun 2015 – 2019	9
Gambar 2. 2 Jumlah Retail SPBU di Kota Surabaya	11
Gambar 2. 3 Perbandingan <i>Market Share</i> BBM non subsidi.....	11
Gambar 2. 4 <i>Theory of Planned Tingkah laku</i>	13
Gambar 2. 5 Komponen <i>Theory Of Planned Tingkah laku</i>	17
Gambar 2. 6 Adopsi <i>Theory Of Planned Tingkah laku in The Entrepreneurship</i>	18
Gambar 3. 1 <i>Flowchart</i> Penelitian	21
Gambar 3. 2 Hubungan Antar Variabel Penelitian	22
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	34
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	35
Gambar 4. 3 Jenis Kendaraan Responden.....	36
Gambar 4. 4 Tingkat Pendidikan Responden.....	36
Gambar 4. 5 Tingkat Pendidikan Responden.....	37
Gambar 5. 1 Model TPB Faktor Penentu Pembelian BBM Non-Subsidi di Kota Surabaya.....	46

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan harga dan produk BBM Non Subsidi	10
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian.....	23
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	25
Tabel 3. 3 Skala <i>Cronbach's Alpha</i>	28
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 4. 2 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	32
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	38
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Normalitas <i>Kolmogorov-smirnov</i>	38
Tabel 4. 5 Hasil Uji Parsial (Uji t)	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	40
Tabel 4. 7 Hasil Pengolahan Koefisien Determinasi	41
Tabel 4. 8 Hasil Pengolahan Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4. 9 Hasil Pengolahan Data <i>One Way ANOVA</i>	43

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bahan bakar minyak (BBM) merupakan salah satu material yang sangat dibutuhkan oleh umat manusia. Jumlah kebutuhan minyak di dunia sebesar 7,3 juta barel per hari (bph) dari periode 2017 sampai 2023 (Sebayang, 2018). *International Energy Agency* (IEA) memprediksi permintaan minyak global pada 2020 diperkirakan hanya 9,3 juta barel diakibatkan oleh pandemic covid-19 dibandingkan pada tahun 2019 (Pristiandaru, 2020). Indonesia sendiri membutuhkan 1,8 juta bph, padahal per agustus 2019 menurut data *trading economic* Indonesia hanya mampu memproduksi minyak mentah sebesar 659 bph (Setyaningrum, 2020). Hal ini yang menyebabkan Indonesia harus menambah cadangan minyaknya atau mengijinkan para perusahaan migas untuk dapat menjual BBM secara bebas Produsen BBM di dunia terdiri dari: British Petroleum, Chevron, Husky CNOOC, ConocoPhillips, Eni, Exxonmobil, Medco Energi, PetroChina, Pertamina, Qatar Petroleum, Saudi Aramco, Shell, Total, Vico dan lain sebagainya. Sejauh ini yang sudah melakukan penjualan di Indonesia hanya ada Pertamina sebagai perusahaan migas Badan Usaha Milik Negara (BUMN) milik Indonesia, Shell Indonesia, Total Oil Indonesia dan British Petroleum yang berlomba untuk menyuplai kebutuhan masyarakat. Hal ini membuat persaingan ritel penyedia BBM non subsidi semakin menarik dikarenakan penyedia BBM non subsidi tidak lagi di monopoli oleh Pertamina sehingga mereka harus terus mengeluarkan inovasi terbaiknya dan mengevaluasi setiap hasil kinerja tahunan apabila tidak ingin *market share* Pertamina digeser oleh ritel penyedia BBM non Pertamina. Sumbangsih BBM non subsidi RON 90 juga mengalami peningkatan konsumsi dari 12.9% menjadi 18% dibanding tahun sebelumnya setelah dihapusnya BBM subsidi RON 88 dari peredaran pasar (BPH-MIGAS, 2019).

Dengan dihapusnya BBM subsidi RON 88 menimbulkan pergeseran segmen baru menjadi BBM dengan RON 90, 92, dan 95 yang dapat menjadi masalah dikarenakan harga yang lebih tinggi. Secara tidak langsung konsumen

dipaksa untuk memilih BBM jenis RON tersebut. Akan tetapi hal ini dapat menjadi peluang bagi ritel SPBU non Pertamina untuk dapat bersaing dengan Pertamina dikarenakan mereka memiliki nilai RON minimum yang sama di angka 90. Pemilihan jenis BBM non subsidi ini murni dari keinginan konsumen untuk menentukan ritel SPBU apa yang akan dituju dan jenis BBM non subsidi dengan nilai RON berapa yang akan dibeli. Saat ini konsumen masyarakat Indonesia dihadapkan pada berbagai pilihan BBM non subsidi yang disediakan produsen. Mereka harus mengambil keputusan untuk membeli dengan berbagai pertimbangan. Dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) ditunjukkan bahwa *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku) dipengaruhi oleh *intention* (niat) dan *intention* sendiri dipengaruhi oleh 3 hal yaitu: *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control*. *Intention* secara langsung secara langsung dipengaruhi oleh *perceived behavior control* dan secara tidak langsung dipengaruhi oleh tingkah laku konsumen dalam memenuhi kebutuhan atau membeli produk atau jasa tertentu. Para pelaku usaha, terutama pihak manajemen Pertamina khususnya di Kota Surabaya ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumen BBM non- subsidi. Selain itu, kompetitor PT. Pertamina sudah mulai melakukan penambahan jumlah SPBU dan segmen pasarnya juga meningkat dikarenakan tidak ada pilihan lain bagi konsumen di harga terendahnya yang mampu dimonopoli BUMN Indonesia. *Theory of Planned Behavior* adalah metode yang populer digunakan untuk mengetahui faktor-faktor penentu berdasarkan perilaku konsumen oleh para peneliti dan praktisi. Oleh karena itu, penelitian thesis ini berupaya mengetahui faktor-faktor penentu dengan menggunakan kerangka penelitian dengan metode *Theory of Planned Behavior*. Harapannya dengan mengetahui faktor-faktor penentu perilaku konsumen BBM non-subsidi, PT. Pertamina dapat menentukan strategi dan kegiatan bisnisnya terutama marketing dan promosinya sesuai dengan keinginan dan perilaku konsumen BBM non-subsidi

Berdasarkan uraian tersebut, *Theory of Planned Behavior* dapat diimplementasikan di berbagai bidang, dan yang masih jarang dilakukan adalah di bidang BBM non subsidi. Oleh karena itu, sangat diperlukan penelitian, utamanya yang berkaitan dengan **Faktor Penentu Pembelian Bahan Bakar Minyak (BBM) Non Subsidi di Kota Surabaya dengan *Theory of Planned Behavior*.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini rumusan masalah dari penelitian tesis ini adalah faktor penentu apa saja yang mempengaruhi konsumen membeli jenis bahan bakar minyak tertentu (RON 90 dan 92) dan pemilihan ritel SPBU seperti apa yang diinginkan konsumen di Kota Surabaya. Faktor-faktor penentu pada *Theory of Planned Behavior* akan digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kebutuhan konsumen dalam pembelian BBM non subsidi di Kota Surabaya dan faktor-faktor penentu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli bahan bakar minyak.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian tesis ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor penentu dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan konsumen untuk membeli bahan bakar minyak non-subsidi di Kota Surabaya sebagai populasinya.
2. Memberikan rekomendasi usulan memenuhi perilaku konsumen bagi para pelaku usaha SPBU di kota Surabaya agar mampu memenuhi keinginan konsumen dari faktor-faktor penentu yang ada.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pengembangan keilmuan, penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui apa saja faktor penentu yang mempengaruhi pembelian jenis BBM non subsidi tertentu dan pemilihan ritel SPBU di Kota Surabaya dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior*
2. Bagi para pelaku usaha retail SPBU di Indonesia, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk memberikan program atau aktivasi layanan di ritel SPBU yang memenuhi keinginan konsumen

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini terdiri atas batasan dan asumsi selama

dilakukannya penelitian. Batasan yang digunakan didalam penelitian ini yaitu:

1. Responden mengkonsumsi BBM non subsidi untuk kendaraan pribadi dengan nilai RON 90 dan 92.
2. Responden mampu menentukan pilihan jenis BBM non subsidi tanpa ada intervensi dari pihak manapun.

Sedangkan asumsi dalam penelitian ini adalah jenis tipe kendaraan bermotor dianggap sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini disusun secara rasional dan runtut dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini disajikan jenis BBM non subsidi di Indonesia, Konsumsi BBM Nasional, Pelaku Usaha Retail BBM di Indonesia, dan *customer tingkah laku*. Definisi dari *Theory of Planned Behavior* juga dipaparkan dan faktor-faktor pendukungnya yaitu attitude toward the behavior, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, niat, dan komponen *Theory of Planned Behavior*

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini disajikan jenis penelitian, dan metode pengumpulan data berupa metode *linkert* untuk mengetahui pola konsumen berdasarkan *Theory of Planned Tingkah laku*. Variabel X adalah variabel penentu untuk menentukan variabel Y. setiap variabel X dan Y memiliki indikator penilaian masing-masing

BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi tentang pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang selanjutnya akan diolah untuk menyelesaikan permasalahan utama sesuai dengan tujuan penelitian ini.

BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang analisa dan pembahasan hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya di bab 4.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil olah dan analisa data. Pada bab ini juga berisi tentang saran mengenai pengembangan penelitian selanjutnya.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jenis BBM di Indonesia

Minyak mentah dapat digunakan sebagai BBM setelah melalui proses penyulingan dan pengolahan. Proses dasar pengilangan minyak adalah distilasi (penyulingan) dan *cracking* (pemecahan). Mengutip dari BPH Migas (KESDM, 2019), berikut produk jenis komoditas BBM yang dihasilkan dari kilang minyak bumi di Indonesia antara lain:

2.1.1 Avgas (*Aviation Gasoline*)

Bahan Bakar Minyak ini merupakan BBM jenis khusus yang dihasilkan dari fraksi minyak bumi. Avgas didisain untuk bahan bakar pesawat udara dengan tipe mesin sistem pembakaran dalam (internal combustion), mesin piston dengan sistem pengapian. Performa BBM ini ditentukan dengan nilai octane number antara nilai dibawah 100 dan juga diatas nilai 100 . Nilai octane jenis Avgas yang beredar di Indonesia memiliki nilai 100/130.

2.1.2 Avtur (*Aviation Turbine*)

Bahan Bakar Minyak ini merupakan BBM jenis khusus yang dihasilkan dari fraksi minyak bumi. Avtur didisain untuk bahan bakar pesawat udara dengan tipe mesin turbin (external combustion). performa atau nilai mutu jenis bahan bakar avtur ditentukan oleh karakteristik kemurnian bahan bakar, model pembakaran turbin dan daya tahan struktur pada suhu yang rendah.

2.1.3 Bensin

Jenis Bahan Bakar Minyak Bensin merupakan nama umum untuk beberapa jenis BBM yang diperuntukkan untuk mesin dengan pembakaran dengan pengapian. Di Indonesia terdapat beberapa jenis bahan bakar jenis bensin yang memiliki nilai mutu pembakaran berbeda. Nilai mutu jenis BBM bensin ini dihitung berdasarkan nilai RON (Randon Octane Number). Berdasarkan RON tersebut maka BBM

bensin dibedakan menjadi 3 jenis yaitu:

1. Premium (RON 88)

Premium adalah bahan bakar minyak jenis distilat berwarna kekuningan yang jernih. Warna kuning tersebut akibat adanya zat pewarna tambahan (dye). Penggunaan premium pada umumnya adalah untuk bahan bakar kendaraan bermotor bermesin bensin, seperti : mobil, sepeda motor, motor tempel dan lain-lain.

2. Pertamax (RON 92)

Ditujukan untuk kendaraan yang mempersyaratkan penggunaan bahan bakar beroktan tinggi dan tanpa timbal (unleaded). Pertamax juga direkomendasikan untuk kendaraan yang diproduksi diatas tahun 1990 terutama yang telah menggunakan teknologi setara dengan electronic fuel injection dan catalytic converters.

3. Pertamax Plus (RON 95)

Jenis BBM ini telah memenuhi standar performance International World Wide Fuel Charter (WWFC). Ditujukan untuk kendaraan yang berteknologi mutakhir yang mempersyaratkan penggunaan bahan bakar beroktan tinggi dan ramah lingkungan. Pertamax Plus sangat direkomendasikan untuk kendaraan yang memiliki kompresi ratio > 10,5 dan juga yang menggunakan teknologi Electronic Fuel Injection (EFI), Variable Valve Timing Intelligent (VVTI), (VTI), Turbochargers dan catalytic converters.

2.1.4 Minyak Tanah (*Kerosone*)

Minyak tanah atau kerosene merupakan bagian dari minyak mentah yang memiliki titik didih antara 150 °C dan 300 °C dan tidak berwarna. Digunakan selama bertahun-tahun sebagai alat bantu penerangan, memasak, water heating, dll. Umumnya merupakan pemakaian domestik (rumahan), usaha kecil.

2.1.5 Minyak Solar (HSD)

High Speed Diesel (HSD) merupakan BBM jenis solar yang memiliki angka performa cetane number 45, jenis BBM ini umumnya digunakan untuk mesin trasportasi mesin diesel yang umum dipakai dengan sistem injeksi pompa mekanik

(injection pump) dan electronic injection, jenis BBM ini diperuntukkan untuk jenis kendaraan bermotor trasportasi dan mesin industri.

2.1.6 Minyak Diesel (MFD)

Minyak Diesel adalah hasil penyulingan minyak yang berwarna hitam yang berbentuk cair pada temperatur rendah. Biasanya memiliki kandungan sulfur yang rendah dan dapat diterima oleh Medium Speed Diesel Engine di sektor industri. Oleh karena itulah, diesel oil disebut juga Industrial Diesel Oil (IDO) atau Marine Diesel Fuel (MDF).

2.1.7 Minyak Bakar (MFO)

Minyak Bakar bukan merupakan produk hasil destilasi tetapi hasil dari jenis residu yang berwarna hitam. Minyak jenis ini memiliki tingkat kekentalan yang tinggi dibandingkan minyak diesel. Pemakaian BBM jenis ini umumnya untuk pembakaran langsung pada industri besar dan digunakan sebagai bahan bakar untuk steam powerstation dan beberapa penggunaan yang dari segi ekonomi lebih murah dengan penggunaan minyak bakar. Minyak Bakar tidak jauh berbeda dengan Marine Fuel Oil (MFO).

2.1.8 Biodiesel

Jenis Bahan Bakar ini merupakan alternatif bagi bahan bakar diesel berdasar- petroleum dan terbuat dari sumber terbaharui seperti minyak nabati atau hewan. Secara kimia, ia merupakan bahan bakar yang terdiri dari campuran mono-alkyl ester dari rantai panjang asam lemak. Jenis Produk yang dipasarkan saat ini merupakan produk biodiesel dengan campuran 95 persen diesel petrolium dan mengandung 5 persen CPO yang telah dibentuk menjadi Fatty Acid Methyl Ester (FAME).

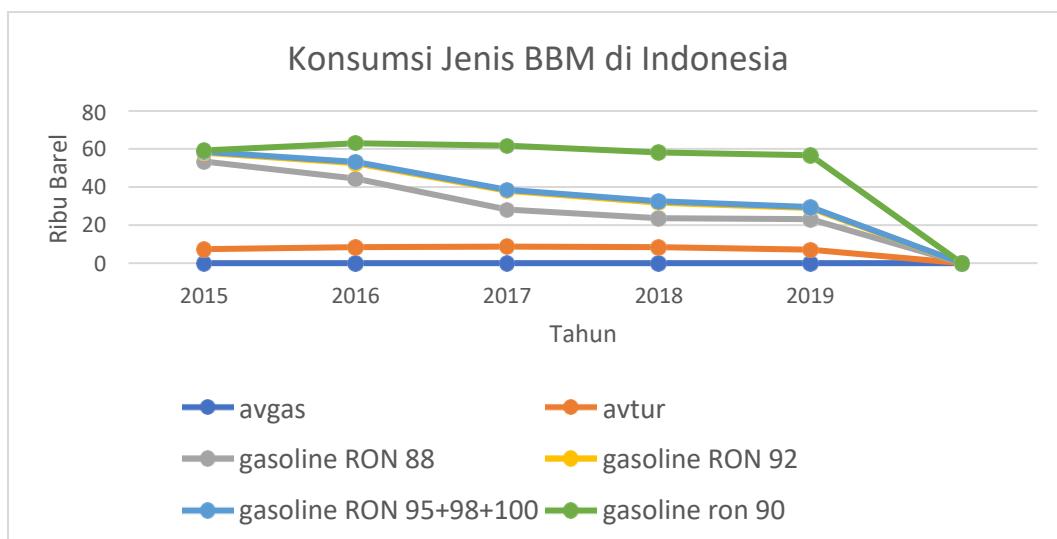
2.1.9 Pertamina Dex

Adalah bahan bakar mesin diesel modern yang telah memenuhi dan mencapai standar emisi gas buang EURO 2, memiliki angka performa tinggi dengan cetane number 53 keatas, memiliki kualitas tinggi dengan kandungan sulfur di bawah 300 ppm, jenis BBM ini direkomendasikan untuk mesin diesel teknologi

injeksi terbaru (Diesel Common Rail System), sehingga pemakaian bahan bakarnya lebih irit dan ekonomis serta menghasilkan tenaga yang lebih besar,

2.2 Konsumsi BBM Nasional

Secara keseluruhan, selama kurun waktu 15 tahun ini, konsumsi BBM rata-rata per tahun lebih tinggi dibandingkan produksi minyak bumi rata-rata per tahun. Oleh karena itu, produksi minyak bumi domestik belum menutupi konsumsi BBM non subsidi, sehingga untuk menutupi kekurangan tersebut pemerintah mengimpor minyak mentah dan BBM nonsubsidi dari luar negeri. Konsumsi BBM Indonesia didominasi oleh bensin dan minyak solar, untuk lebih detailnya dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Konsumsi BBM per Jenis di Indonesia Tahun 2015 – 2019
(KESDM, 2019)

2.3 Pelaku Usaha Retail BBM di Indonesia

Pada subbab ini akan dibahas mengenai pelaku usaha retail BBM non subsidi di Indonesia.

2.3.1. PT Pertamina

PT Pertamina (Persero) adalah perusahaan milik negara yang bergerak dibidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. PT Pertamina (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

yang memiliki karyawan dengan jumlah hampir mencapai 15.000 orang, dan memiliki kilang-kilang serta anak perusahaan yang tersebar di Indonesia. Pertamina memusatkan BBM non subsidi retail untuk sektor transportasi, rumah tangga dan nelayan melalui SPBU (Statiun Pengisian BBM Untuk Umum) yang tersebar di seluruh Indonesia.

2.3.2. Shell Indonesia

Beroperasi di dalam bidang Produksi Minyak Hilir, Shell Indonesia melayani bangsa pasar bisnis dan pengendara bermotor. Shell Indonesia juga menjajaki peluang dalam bidang eksplorasi minyak dan gas dan berencana untuk dapat hadir secara signifikan di sektor hulu. SPBU berkelas internasional dengan fasilitas lengkap ini merupakan perwujudan komitmen Shell untuk memberikan produk dengan kualitas teruji, kuantitas yang akurat dan layanan terbaik. 10 SPBU Shell tersebar di Kota Surabaya.

2.3.3. Total Indonesia

Total Indonesia adalah perusahaan minyak dan gas terintegrasi multinasional Prancis yang didirikan pada tahun 1924 dan salah satu dari tujuh perusahaan minyak *supermajor*. Bisnisnya mencakup seluruh rantai minyak dan gas, mulai dari eksplorasi dan produksi minyak mentah dan gas alam hingga pembangkit listrik, transportasi, penyulingan, pemasaran produk minyak bumi, dan perdagangan produk dan minyak mentah internasional. Di Kota Surabaya Total Indonesia memiliki satu SPBU.

2.3.4. British Petroleum

British Petroleum, adalah salah satu perusahaan minyak dan gas terbesar di dunia. BP menelusuri asal-usulnya kembali ke Anglo-Persian Oil Company yang menemukan minyak di Iran pada tahun 1908. Grup BP adalah tingkat teratas dari hierarki perusahaan. Untuk tujuan organisasi, Grup dibagi menjadi 4 divisi: Eksplorasi & produksi, Minyak, Kimia, dan Gas. Ada 4 SPBU British Petroleum yang tersebar di Kota Surabaya

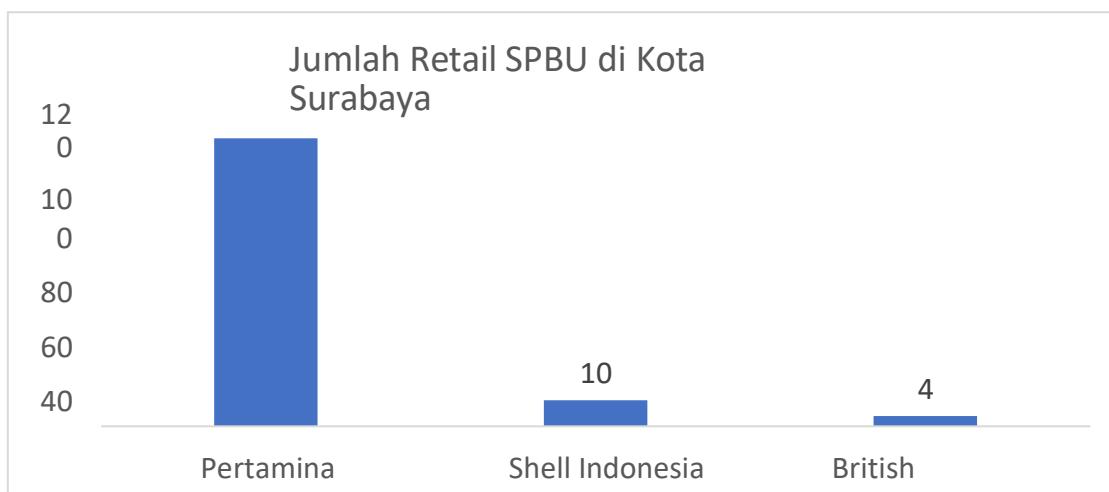
2.4. Perbandingan Produk BBM Non-Subsidi di Kota Surabaya

Perbandingan harga dan produk setiap jenis BBM pada ritel BBM Non Subsidi yang dapat ditemukan di Kota Surabaya dapat dilihat pada Tabel 2. 1.

Tabel 2. 1 Perbandingan produk BBM Non-Subsidi (Sumber: (BPH-MIGAS, 2019))

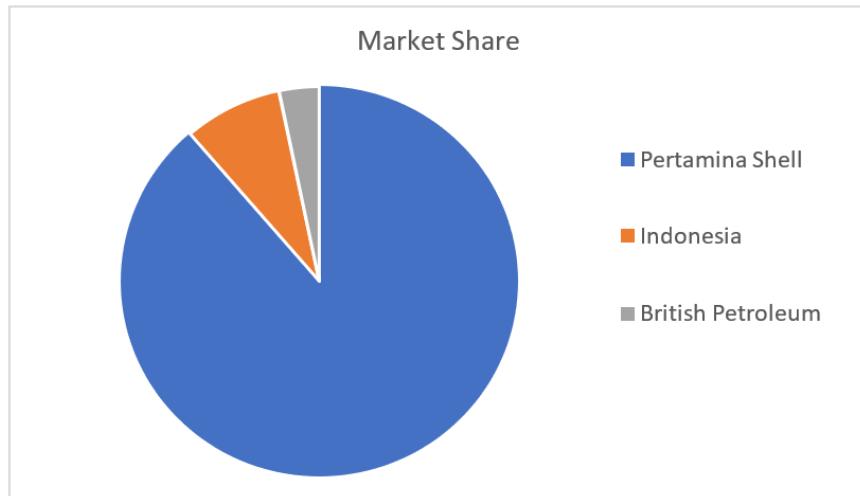
Jenis BBM (RON)	Perusahaan	Nama Produk	Harga/ Liter (Rp)
90	Pertamina	Pertalite	7.650
	Shell Indonesia	Reguler	8.400
	Total Indonesia	Performance 90	9.200
	British Petroleum	BP 90	10.550
92	Pertamina	Pertamax	9.850
	Shell Indonesia	Super	9.950
	Total Indonesia	Performance 92	10.050
	British Petroleum	BP 92	10.800
95	Pertamina	-	-
	Shell Indonesia	V-Power	11.500
	Total Indonesia	Performance 95	11.250
	British Petroleum	-	-

Pada Gambar 2.2 dapat diketahui representasi persebaran jumlah ritel SPBU yang terdapat di Kota Surabaya,



Gambar 2. 2 Jumlah Retail SPBU di Kota Surabaya (Sumber: (BPH-MIGAS, 2019))

Gambar 2.3 merepresentasikan perbandingan *market share* BBM non subsidi yang terdapat di Kota Surabaya



Gambar 2.3 Perbandingan *Market Share* BBM non subsidi
(Sumber: (BPH-MIGAS, 2019))

Pada Gambar 2.2 menggambarkan bahwa sebaran jumlah retail SPBU Pertamina jauh lebih tinggi dibanding SPBU non Pertamina di Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan Pertamina adalah BUMN Indonesia yang ditugaskan untuk memenuhi kebutuhan BBM non subsidi di dalam negeri. Persebaran ritel SPBU BBM non subsidi pada gambar 2.2 berbanding lurus dengan *market share* yang dapat dilihat pada gambar 2.3 dikarenakan volume jumlah BBM non subsidi yang terjual lebih banyak dan lebih mudah dijangkau masyarakat karena lokasi persebaran ritel SPBU lebih mudah dijangkau. Selain itu faktor harga juga menjadi salah satu penentu preferensi pemilihan konsumen dalam pembelian jenis BBM non subsidi (Mosahab et al., 2010) dimana masyarakat Indonesia masih sensitif terhadap harga, hal ini dapat dilihat pada gambar 2.1 yaitu konsumsi RON 90 jauh unggul dibandingkan RON diatas 90.

2.4 Tingkah Laku Konsumen

Pembelajaran perilaku konsumen untuk mengetahui penggunaan dan menolak produk perusahaan berupa barang ataupun jasa yang diperoleh melalui pembelian, barter sewa, dan peminjam. Setelah barang dikonsumsi barang atau jasa mungkin sekali pakai misalnya makanan dan minuman kemasan, atau dapat

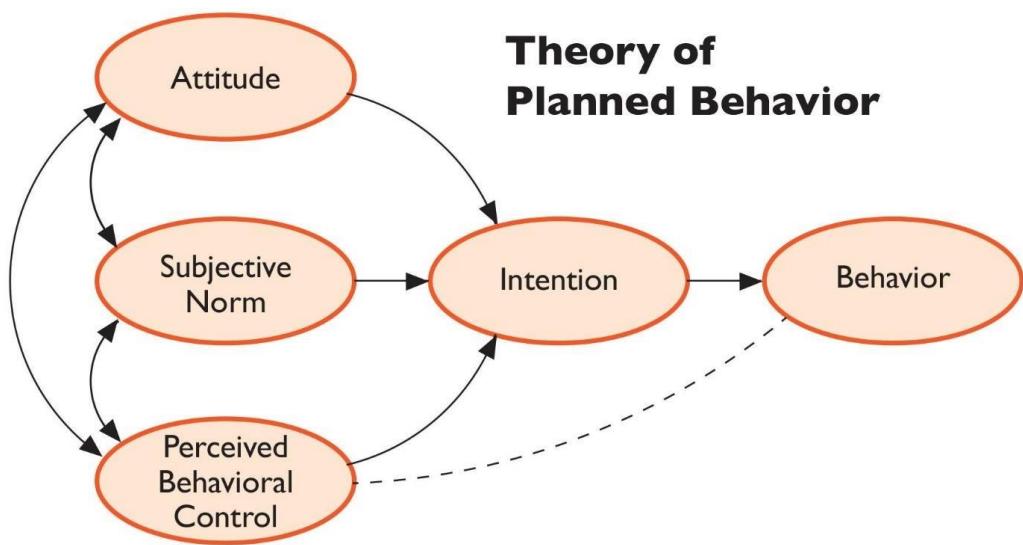
dikonsumsi secara berkali kali misalnya kendaraan bermotor. Faktor yang berdampak pada tingkah laku konsumen yaitu: pengaruh eksternal, pengaruh internal, proses setelah mengambil keputusan. Pengaruh eksternal didasari oleh upaya pemasaran (produk, promosi, harga, tempat), dan kultur dari konsumen (agama, etnik, kelas sosial, grup refrensi). pengaruh internal didasari oleh proses psikologis (motivasi, persepsi, tingkah laku, pengatahan), dan membuat keputusan (pegenalan masalah, pencarian informasi, pertimbangan). Sedangkan proses pasca pengambilan keputusan didasari oleh pembelian dan tingkah laku pasca pembeli.

Manfaat dari memahami *customer behavior* (Noel, 2009) adalah ritel mampu mengidentifikasi dan mengetahui target segmen yang akan dituju sehingga dapat mengevaluasi solusi kesempatan yang potensial. Selain itu ritel memungkinkan untuk mengetahui ukuran dan potensi keuntungan yang optimum dari setiap segmen mana yang lebih prioritas, dan juga menghalau kompetitor untuk ikut bermain di segmen yang kita targetkan sehingga produk kita tidak mudah tersubtitusi oleh produk kompetitor.

Pada sisi konsumen mereka akan menentukan sebuah pilihan pada informasi yang telah mereka cari dan menintegrasikan secara seksama, dengan begitu konsumen mampu mengetahui produk yang akan mereka beli atau gunakan. proses pengenalan produk pada konsumen yaitu: pengenalan masalah, mencari informasi, pengambilan keputusan, dan proses pasca keputusan. Tingkat kewaspadaan konsumen akan seiring dengan nilai suatu barang yang pantas dibeli, semakin tinggi nilai suatu barang maka tingkat hati-hati dalam membeli akan semakin tinggi begitu juga sebaliknya

2.5 *Theory of Planned Behavior*

Niat untuk melakukan berbagai jenis perilaku dapat diprediksi dengan tingkat akurasi yang tinggi mulai dari sikap hingga perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Niat dan pemahaman tentang pengendalian perilaku ini menjelaskan perbedaan besar dalam perilaku aktual. Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan telah terbukti terkait dengan perilaku utama yang sesuai, norma, dan keyakinan kontrol tentang perilaku, tetapi sifat sebenarnya dari hubungan ini masih belum pasti (Ajzen, 1991).



Gambar 2. 4 *Theory of Planned Behavior*

(Ajzen, 1991)

Keyakinan tentang kepercayaan akan berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat terhadap pembelian online, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada perilaku pembelian. Keyakinan tentang *self-efficacy* terkait pembelian akan secara positif memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku pembelian online. Dengan kata lain, orang-orang yang percaya pada keandalan internet dan daya beli online mereka lebih cenderung melakukan pembelian melalui internet daripada mereka yang tidak percaya pada Internet (George, 2004). Teori perilaku terencana dapat memprediksi niat dengan akurasi tinggi dan sangat berhasil dalam memprediksi perilaku sebenarnya. Menambahkan kewajiban moral yang dirasakan ke persamaan prediksi dapat meningkatkan prediksi perilaku (Beck & Ajzen, 1991).

2.5.1 Sikap Terhadap Perilaku

Sikap terhadap perilaku, tetapi sikap mempersiapkan tindakan yang mengarah pada perilaku (Podsakoff et al., 2003). Individu akan melakukan sesuatu berdasarkan sikapnya terhadap perilaku. Ia percaya bahwa perilaku dan sikap positif akan dipilih oleh individu di masa depan untuk mengekspresikan kehidupannya sendiri. Oleh karena itu, sikap merupakan alat untuk menuntun perilaku individu.

Sikap konstruktivis dan entitas stabil, perbedaan antara ukuran implisit dan eksternal sikap, dan pengaruh mantan pada perubahan sikap. Proses asosiasi dan proposisi dalam perubahan sikap umumnya terkait dengan kondisi evaluasi (Bohner & Dickel, 2011). Dalam literatur tentang sikap dan persuasif, kepastian sikap telah menjadi subyek yang cukup diperhatikan. Studi ini mengidentifikasi dua aspek kepastian sikap dan memberikan bukti untuk konstruksi yang berbeda. Secara khusus, telah diajukan bahwa kepastian sikap dapat didekati dari perspektif kejelasan sikap (gagasan subjektif seseorang tentang apa sikapnya) dan kebenaran sikap (sikap seseorang adalah pemahaman subjektif yang benar atau efektif). Konseptualisasi dan pemisahan empiris. Saat kejelasan dan akurasi meningkat, sikap akan menolak informasi yang lebih meyakinkan ke arah yang berlawanan (Petrocelli et al., 2007). Selama beberapa dekade, kekuatan sikap telah menjadi fokus banyak penelitian di bidang psikologi dan ilmu terkait. Wawasan yang diberikan oleh dokumen-dokumen ini sangat berharga untuk memahami fungsi dan struktur sikap dan untuk penerapan konsep sikap yang efektif dalam lingkungan aplikasi. Sikap penting adalah kekuatan psikologis yang nyata dan sesuai. Penelitian mereka memberikan peluang untuk mengatasi perubahan perilaku (Howe & Krosnick, 2017).

2.5.2 Norma Subjektif

Norma subyektif dalam tulisan ini memiliki dampak besar pada kegunaan yang dirasakan dan niat perilaku penggunaan. Ketiga faktor tersebut ditemukan memiliki efek sedang. Temuan ini memiliki implikasi manajemen baik untuk internal perusahaan maupun lingkungan berbasis pasar (Ajzen, 2002). Norma subyektif dan persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli online, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku belanja. Menariknya, kegunaan yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja online. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa niat beli berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku belanja online (Lim et al., 2016).

Norma subyektif adalah pemahaman pribadi tentang harapan orang untuk memberi dampak pada hidupnya (*significant others*) akan segera selesai atau tidak

melakukan suatu tindakan tertentu. Pandangan ini disebut norma subjektif. Sebagai sikap terhadap perilaku. Perbedaannya terletak pada sikap perilaku adalah keyakinan pribadi tentang perilaku untuk melakukan (*tingkah laku al belief*) maka norma subjektifnya adalah keyakinan pribadi diperoleh pandangan orang lain objek sikap terkait pribadi (*normative belief*) (Fishbein & Ajzen, 2005).

2.5.3 Kontrol Perilaku yang Dirasakan

Kontrol Perilaku yang dirasakan adalah perilaku seseorang tidak dapat dikendalikan oleh orang tersebut atau dalam keadaan tertentu tidak dapat sepenuhnya mengendalikan perilakunya sendiri. Hal ini mungkin cara lain orang tersebut dapat mengontrol perilakunya di bawah kendali orang tersebut. Pengendalian seseorang terhadap perilakunya disebabkan oleh banyak faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu, seperti keterampilan, kemauan, informasi, dll. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar individu. Persepsi pengendalian tingkah laku adalah bagaimana seseorang memahami bahwa tingkah laku yang ia tunjukkan merupakan hasil dari pelaksanaan pengendaliannya (Fishbein & Ajzen, 2005). Ajzen membedakan dengan *locus of control* atau pusat kendali untuk menjelaskan persepsi kontrol perilaku yang dikutip dari (Rotter, 1975) pusat kendali terkait dengan keyakinan pribadi ini relatif stabil dalam semua kasus. Konsep pengendalian perilaku dapat berubah menurut situasi dan jenis perilakunya akan selesai. Terkait pusat kendali keberhasilan keyakinan pribadi tergantung pada usahanya sendiri atau faktor lain selain dia. Konsep sejenis dengan persepsi kontrol perilaku yaitu *self-efficacy* atau efikasi diri yang dikutip dari (Bandura, 1977) Biasanya, *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang bahwa dia akan berhasil menguasai keterampilan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas tertentu. Konsep pengendalian perilaku yang dikemukakan oleh Ajzen dipengaruhi oleh *self-efficacy*, yang meningkatkan pentingnya pengendalian terhadap sumber daya demi menciptakan suatu perilaku.

Kontrol perilaku yang dirasakan ditentukan oleh (Fishbein & Ajzen, 2005) keyakinan pribadi tentang ketersediaan sumber daya tersebut peralatan, kompatibilitas, kapabilitas, dan kesempatan (kendalikan kekuatan keyakinan) mendukung atau menghalangi perilaku yang akan diprediksi dan tingkat

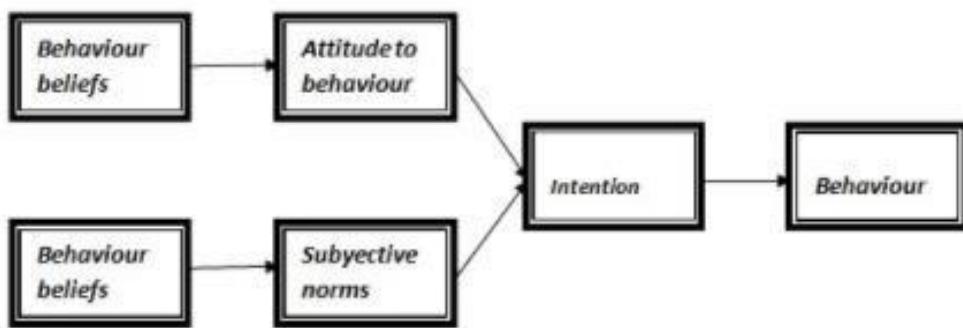
keparahannya peran sumber daya ini (*control belief strength*). Semakin kuat kepercayaan pada ketersediaan sumber daya dan peluang yang berhubungan dengan pribadi perilaku tertentu dan lebih banyak lagi peran besar dari sumber daya ini semakin kuat kesadaran kontrol perilaku yang dirasakan ini.

2.5.4 Niat

Niat merupakan suatu fenomena psikologis yang memperlihatkan fokus ketertarikan terhadap objek tertentu dikarenakan adanya rasa bahagiauntuk berusaha keras dan mencoba. Niat adalah pengaturan perbuatan yang apabila terdapat waktu dan kesempatan yang cocok akan direalisasikan dalam wujud tindakan (Ajzen, 1991) Niat dan kontrol perilaku erat hubungannya dengan dilakukan atau tidaknya sebuah perilaku.

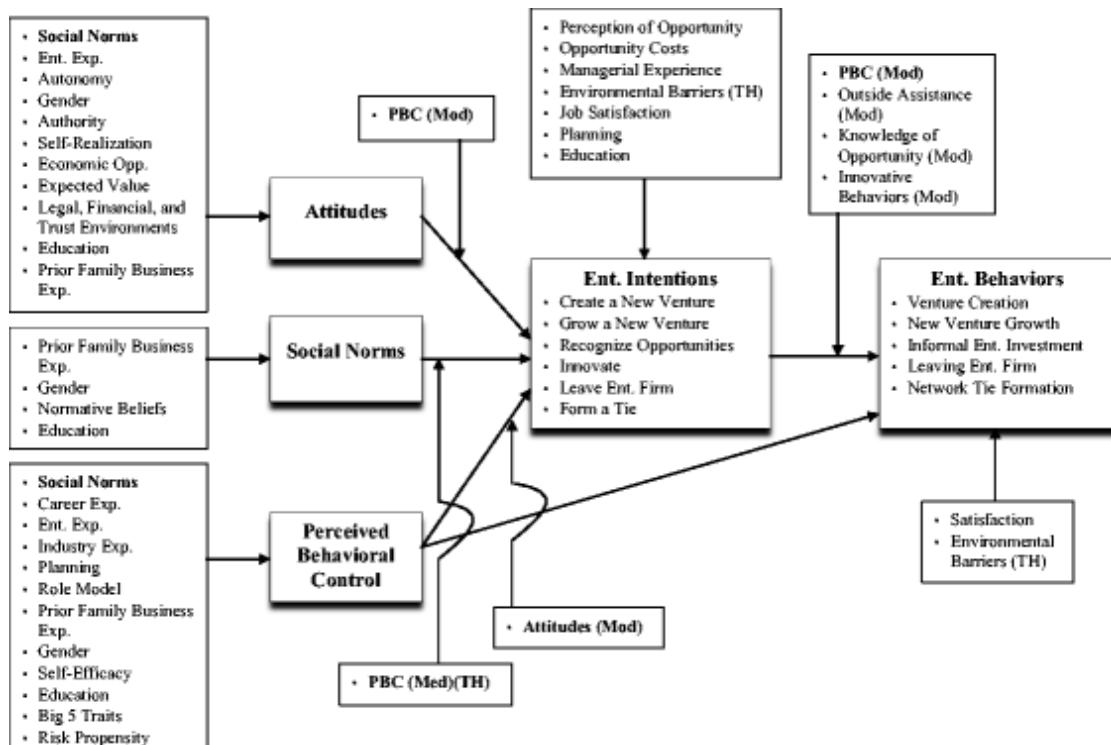
2.6 Komponen *Theory of Planned Behavior*

Keyakinan perilaku yang mempengaruhi sikap perilaku. Keyakinan perilaku adalah hal-hal yang mendorong individu untuk mengambil tindakan. Pada saat yang sama, sikap terhadap perilaku, yaitu sikap individu terhadap perilaku, diturunkan dari keyakinan yang disebabkan oleh perilaku tersebut. Keyakinan normatif yang mempengaruhi norma subjektif. Keyakinan normatif adalah norma yang digunakan oleh orang yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Pada saat yang sama, norma subjektif menjadi pemahaman pribadi dari sosialisasi yang ada untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan perilaku. Norma subjektif ini sama dengan keyakinan seseorang tentang perilaku atau orang lain atau kebutuhan, harus atau tidak boleh melakukan perilaku dan menginspirasi orang untuk mengenal orang itu (Michener et al., 2004). Kontrol kepercayaan adalah pengalaman pribadi, atau pengalaman yang dapat mempengaruhi hasil pribadi. Kontrol perilaku yang dirasakan adalah keyakinan bahwa seseorang telah atau tidak pernah melakukan perilaku tertentu. Pengendalian perilaku cerdas, didefinisikan sebagai persepsi pribadi yang berkaitan dengan perilaku tertentu (Mahizer Hamzah et al., 2008).



Gambar 2. 5 Komponen *Theory Of Planned Tingkah laku*
(Ajzen, 1991)

Teori tersebut telah banyak diadopsi dan dikembangkan pada berbagai bidang, termasuk di dalamnya bidang *entrepreneurship*. Hasil pengembangan tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2. 6 Adopsi *Theory Of Planned Tingkah laku in The Entrepreneurship*
(Lortie & Castogiovanni, 2015)

Literatur wirausaha yang menggunakan *Theory of Planned Behavior* berkembang pesat 20 tahun terakhir. Ulasan peneliti sebelumnya (Lortie & Castogiovanni, 2015) memiliki dua tujuan: meninjau literatur yang relevan dan

mengedepankan saran penelitian untuk membimbing calon sarjana. Pertama, tinjauan di dasarkan pada bagian dari organisasi dan literatur komprehensif dari *Theory of Planned Behavior*. Peneliti juga menguraikan banyak tambahan dan perubahan dalam literatur kewirausahaan diimplementasikan di *Theory of Planned Behavior*.

Berdasarkan saran dari (Lortie & Castogiovanni, 2015) *Theory of Planned Behavior* perlu dikembangkan dan diadopsi untuk berbagai penelitian lanjutan. Dalam hal ini, peneliti mengadopsi model tersebut untuk meneliti *Theory of Planned Behavior* di bidang retail BBM non subsidi. Hasil adopsi dan pengembangannya akan diuraikan pada bab 3.

2.7 Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian terdahulu, berdasarkan hasil pelacakan menggunakan *VOS Viewer Application* dengan sumber *Google Scholar* pada tahun 2010 hingga 2020 menunjukkan bahwa *Theory of Planned Behavior* masih belum banyak diteliti, utamanya dalam kaitannya perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian BBM non subsidi. Hasil penelitian sebelumnya banyak dilakukan pada berbagai bidang. Hasil-hasil penelitian tersebut antara lain: (1) *Theory of Planned Behavior* dapat memprediksi perilaku wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah wisata (Ahmad et al., 2020), (2) *Theory of Planned Behavior* dapat menganalisa niat berwirausaha saat mereka memiliki keterampilan, pengetahuan, dan kapasitas untuk mendukung usahanya (Gieure et al., 2020), (3) *Theory of Planned Behavior* berpengaruh pada niat konsumen untuk mengadopsi kehidupan yang ramah lingkungan dipengaruhi oleh inovasi, materialism, persepsi efektivitas konsumen, dan kedulian lingkungan (Alzubaidi et al., 2020), (4) Kepuasan pelanggan gagal memediasi hubungan antara citra merek dan niat membeli kembali. Selain itu, kepuasan pelanggan juga belum dapat menjelaskan kausalitas antara kepercayaan merek dan niat beli kembali Pertalite di Indonesia (Prabumenang et al., 2020), (5) *Theory of Planned Behavior* mempengaruhi perencanaan pensiun ketika konsumen telah memiliki keamanan keuangan yang dirasakan, hal ini dipengaruhi oleh pengendalian diri yang lebih kuat antara niat mereka dan perilaku aktual (Hoffmann & Plotkina, 2020), (6) Niat membeli dan

tingkah laku ekonomi berbagi pada suatu platform aplikasi berpengaruh positif pada kenyamanan perilaku konsumen (Lo et al., 2020). (7) Norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku Mahasiswa di Cina secara langsung berdampak positif untuk menggunakan *carsharing* guna meningkatkan kepedulian lingkungan (Zhang & Li, 2020), (8) Konsumen berperilaku lebih pro lingkungan belum tentu menggunakan lebih sedikit energi. Selain itu, perilaku pro lingkungan lebih kuat terkait dengan variabel sikap, sedangkan penggunaan energi rumah tangga terutama terkait dengan variabel seperti pendapatan dan ukuran rumah tangga (Gatersleben et al., 2002), (9) *Theory of Planned Behavior* dapat menyimpulkan dan memberikan rekomendasi untuk pencegahan dan pengurangan penggunaan ponsel saat berkendara yang mengakibatkan kecelakaan dan meningkatkan angka keselamatan untuk mendukung kebijakan departemen manajemen keselamatan lalu lintas (Jiang et al., 2019), (10) sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli produk perawatan kulit yang ramah lingkungan, dan negara asal serta sensitivitas harga dapat meningkatkan efek positif pada hubungan antara niat membeli (Hsu et al., 2017).

Tabel 2.2 Posisi model penelitian

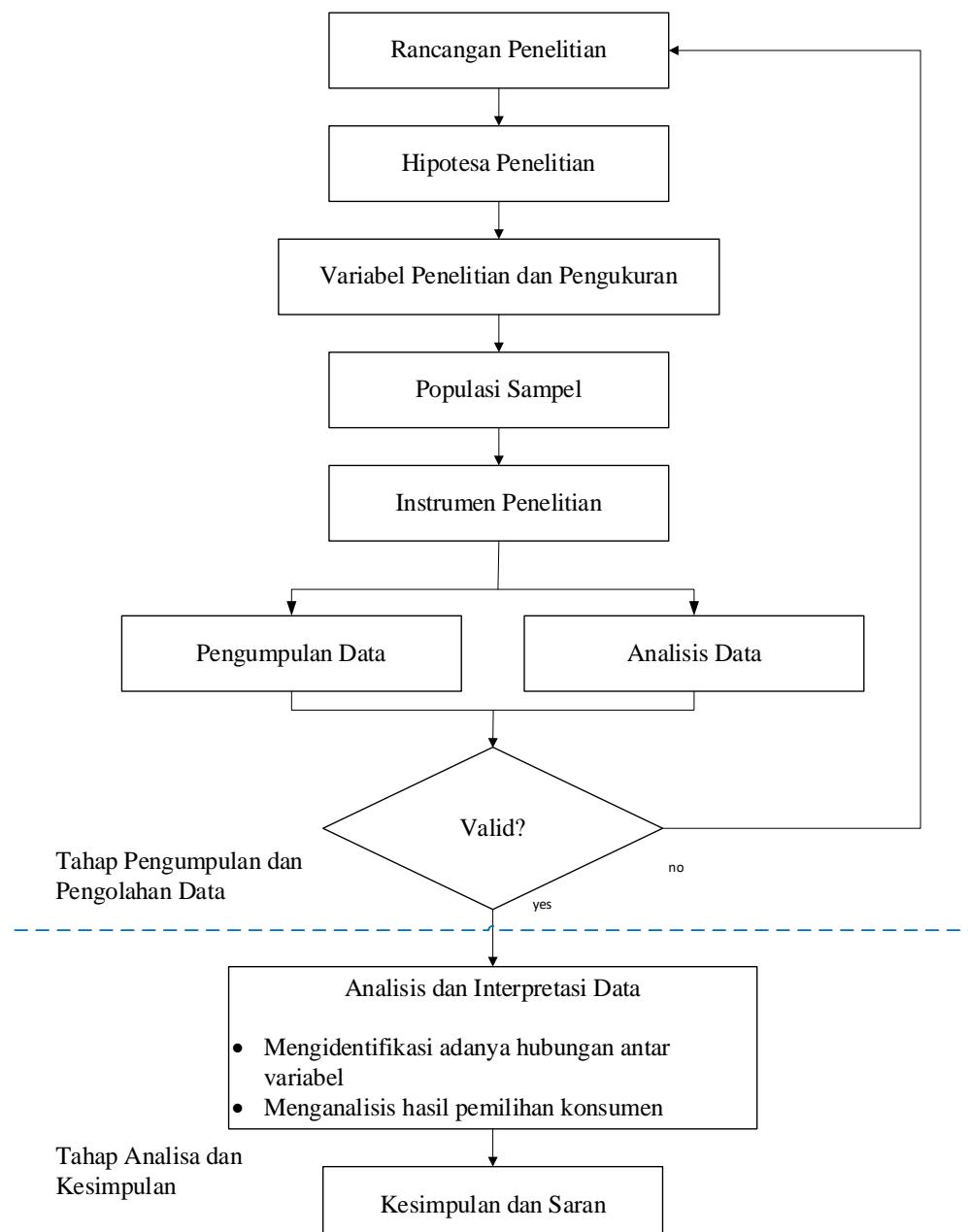
Peneiliti	Wisatawan	Bisnis	Energi	Keuangan	Transportasi
Ahmad Et Al., 2020	√				
Gieure Et Al., 2020		√			
Alzubaidi Et Al., 2020			√		
Prabumenang Et Al., 2020			√		
Hoffmann & Plotkina, 2020				√	
Lo Et Al., 2020		√			
Zhang & Li, 2020			√		√
Jiang Et Al., 2019					√
Hsu Et Al., 2017		√			
Gatersleben Et Al., 2002			√		
Penelitian ini			√		√

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 3

METODA PENELITIAN

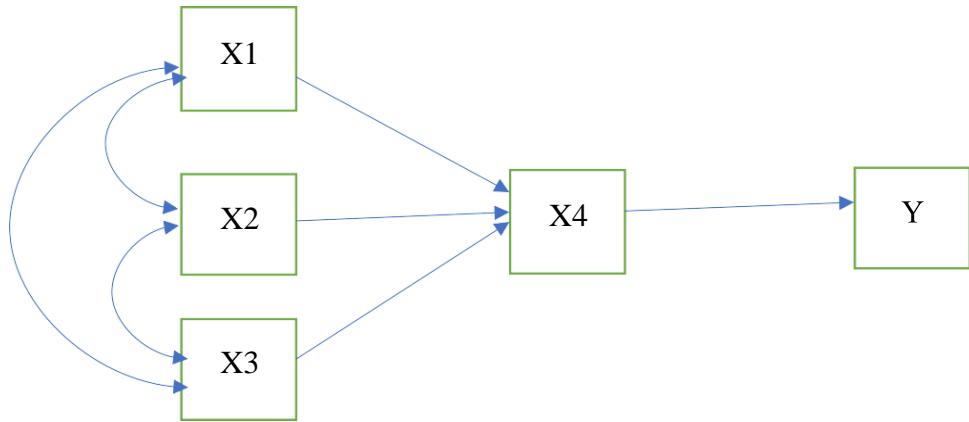
Bab ini menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan, mulai dari tahapan-tahapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, hingga teknik-teknik yang digunakan untuk menganalisis data. Metode penelitian adalah sebuah cara dan prosedur ilmiah yang diterapkan untuk melaksanakan penelitian.



Gambar 3. 1 *Flowchart* Penelitian

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuannya penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif jenis survei. Penelitian ini berupaya untuk mengambil data penelitian berdasarkan sampel untuk menyimpulkan populasi terkait dengan hubungan antar variabel penelitian. Hubungan tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3. 2 Hubungan Antar Variabel Penelitian
(Sumber: Mengadopsi dari (Ajzen, 1991))

Keterangan:

- X1 : Sikap konsumen terhadap pembelian BBM non-subsidi

X2 : Norma sosial yang berlaku terhadap pembelian BBM non-subsidi

X3 : Persepsi kontrol perilaku untuk membeli pembelian BBM non-subsidi

X4 : Niatan konsumen untuk pembelian BBM non-subsidi

Y : Keputusan konsumen pembelian BBM non-subsidi

3.2 Hipotesa Penelitian

H1: Ada hubungan antara pengetahuan dengan sikap terhadap perilaku masyarakat terhadap penentuan pembelian BBM non subsidi jenis tertentu.

H2: Ada hubungan antara pengetahuan dengan norma subjektif masyarakat terhadap penentuan pembelian BBM non subsidi jenis tertentu.

H3: Ada hubungan antara pengetahuan dengan kontrol perilaku yang dirasakan masyarakat terhadap penentuan pembelian BBM non subsidi jenis tertentu

H4: Ada hubungan antara niat masyarakat terhadap penentuan pembelian BBM non subsidi jenis tertentu

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Pada Tabel 3.1 dapat diketahui mengenai variabel penelitian dan indikator pengukuran:

Tabel 3. 1 Variabel Penelitian (Ajzen, 2002)

Variabel	Indikator
Sikap Terhadap Perilaku	Kognitif
	Afektif
	Konatif
Norma Subjektif	Keyakinan Normatif
	Motivasi Untuk Patuh
Kontrol Perilaku yang Dirasakan	<i>Control Belief Strength</i>
	<i>Power Of Control Factor</i>
Niat	<i>Performance Intention</i>
Tingkah Laku	<i>Target</i>
	<i>Action</i>
	<i>Context</i>
	<i>Time</i>

3.4 Populasi Sampel

Populasi penelitian ini mencakup keseluruhan konsumen yang mengambil keputusan membeli BBM non subsidi untuk berbagai kebutuhan di Indonesia. Jumlah populasi sangat banyak oleh karena itu, sampelnya diambil menggunakan cara *purposive sampling* dikarenakan peneliti menentukan pengambilan sampel dengan ciri-ciri khusus yaitu membeli BBM non subsidi dengan kendaraan pribadi. Kriteria pengambilan sampelnya: (a) konsumen BBM non subsidi yang berhasil dihubungi peneliti yang berasal dari Kota Surabaya, (b) mereka mampu mengambil keputusan pembelian BBM non subsidi dengan nilai RON 90 dan 92 di berbagai ritel SPBU Pertamina dan Non Pertamina, (c) waktu pengambilan data penelitian ini berlangsung selama tiga hari (tentative), (d) jumlah sampel diperkirakan 280

responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner membutuhkan sampel (Hair et al., 2010) minimum agar diperoleh data yang representatif. Pada penelitian ini sampel yang dibutuhkan mengikuti aturan yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang diambil minimum berjumlah lima kali jumlah item pertanyaan yang digunakan. Aturan ini digunakan untuk data-data yang akan diolah dengan menggunakan metode analisis multivariat

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat pada waktu penelitian menggunakan sesuatu metode (Arikunto, 2006). Instrumen dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang responden dalam arti laporan tentang dirinya, atau hal-hal yang diketahui. Instrumen penelitian ini berupa kuisioner. Item dalam kuisioner dikembangkan berdasarkan indikator pengukuran variable yang kisi-kisinya dapat dilihat pada tabel 3.2. Pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu dengan jawaban: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Dengan skala likert jawaban STS di notasikan dengan angka 1, lalu jawaban TS di notasikan dengan angka 2, jawaban N di notasikan dengan angka 3, S dengan angka 4, dan angka 5 untuk notasi jawaban SS. Instrumen penelitian secara lengkap disajikan dalam bentuk *google form*.

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian (Ajzen, 2002)

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	No.
Sikap Konsumen	Kognitif	Apakah anda paham jenis BBM non subsidi yang beredar di Kota Surabaya?	X1.1
		Apakah anda mengetahui retail BBM non subsidi apa saja yang ada di Kota Surabaya?	X1.2
		Apakah anda mengetahui kualitas nilai oktan pada setiap jenis BBM non subsidi?	X1.3
	Afektif	Apakah anda mengkhawatirkan apabila stok BBM non subsidi berkurang?	X1.4
		Apakah anda mengkhawatirkan apabila harga BBM non subsidi akan meningkat?	X1.5
	Konatif	Apakah anda cenderung membeli BBM non subsidi jenis tertentu (RON diatas 90)?	X1.6
		Apakah anda cenderung membeli BBM non subsidi produk dari Pertamina atau non Pertamina (Shell, BP, Total)?	X1.7
		Apakah anda cenderung memilih retail SPBU yang terpercaya?	X1.8
Norma Subjektif	Keyakinan normatif	Apakah anda percaya terhadap pengukuran volume pengisian BBM non subsidi di retail SPBU?	X2.1
		Apakah anda percaya dengan kualitas jenis BBM non subsidi yang ada di SPBU?	X2.2
	Motivasi untuk patuh	Apakah orang terdekat anda berpikir anda harus mengisi BBM non subsidi di retail SPBU?	X2.3
		Apakah anda merasa dibawah tekanan sosial untuk mengisi BBM non subsidi di retail SPBU?	X2.4
Kontrol Perilaku yang Dirasakan	Kekuatan Keyakinan	Apakah anda membeli BBM non subsidi sepenuhnya tergantung pada anda?	X3.1
		Apakah anda yakin dapat menemukan BBM non subsidi yang biasa anda gunakan kapan pun anda mau?	X3.2
		Apakah anda membeli BBM non subsidi sepenuhnya tergantung pada anda?	X3.3
		Apakah anda yakin dapat menemukan BBM non subsidi yang biasa anda gunakan kapan pun anda mau?	X3.4

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian (Ajzen, 2002) (lanjutan)

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	No.
Niat	Tujuan Kinerja	Apakah anda membeli BBM non subsidi jenis tertentu tanpa harus mengingat secara sadar?	X4.1
		Apakah anda berniat untuk membeli jenis BBM non subsidi di retail tertentu (Pertamina, Shell, British Petroleum)?	X4.2
		Apakah anda berniat mencoba jenis BBM non subsidi di retail tertentu (Pertamina, Shell, BP, Total) diluar yang anda biasanya gunakan?	X4.3
		Apakah anda merasa aneh jika tidak membeli jenis BBM non subsidi yang biasa anda beli?	X4.4
Tingkah Laku Konsumen	Target	Apakah anda berharap dapat membeli jenis BBM non subsidi tertentu sesuai kebutuhan?	Y1
	Aksi	Apakah membeli BBM non subsidi jenis tertentu penting bagi anda?	Y2
	Konteks	Apakah anda merasa cemas apabila tidak dapat membeli jenis BBM non subsidi tertentu?	Y3
	Waktu	Apakah anda mendapatkan jenis BBM non subsidi sesuai dengan waktu yang dibutuhkan?	Y4

3.5.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi data responden.
2. Mengirimkan link survei.
3. Responden diminta mengisi dan mengambilkan dalam waktu tiga hari.
4. Data yang terkumpul akan dianalisa.

3.5.2 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Untuk mengukur tingkat validitas item-item pertanyaan kuesioner terhadap tujuan pengukuran adalah dengan melakukan korelasi antar skor item pertanyaan dengan skor variabel.

Uji signifikansi ini membandingkan korelasiantara nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing- masing variabel melebihi nilai signifikan maka pertanyaan tersebut dinilai tidak valid. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program *SPSS version 15.0 for windows*. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *p value*/nilai signifikansi kurang dari 0,05 (5 persen) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai *p value* atau signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,05 (5%) di nilai tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengukuran untuk suatu gejala. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat tersebut untuk digunakan. Alat ukur dikatakan reliable (handal) kalau dipergunakan untuk mengukur berulang kali dalam kondisi yang relatif sama, akan menghasilkan data yang sama atau sedikit variasi (Arikunto, 2006). Tingkat reliabilitas suatu konstruk atau variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2016).Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya. Dalam penelitian ini untuk mencari realibilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma^2 b}{\sigma_t^2} \right] \quad (3.1)$$

r_{11} = Realibilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\Sigma \sigma^2 b$ = Jumlah varians butir

σ^2 = Varian total

Hasil penelitian dengan menggunakan rumus diatas kemudian diinterpretasikan dengan tingkat keandalan koefisien pada tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Skala *Cronbach's Alpha* (Sujarweni, 2014)

No	Koefisien r	Tingkat Keandalan
1	0,8 – 1	Sangat Tinggi
2	0,6 – 0,79	Tinggi
3	0,4 – 0,59	Sedang
4	0,2 – 0,39	Rendah
5	0 – 0,19	Sangat Rendah

3. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Langkah-langkah pengujinya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

a. Menentukan Formulasi Hipotesis

- $H_0: \beta = 0$, artinya variabel X1, X2, X3, dan X4 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y.
- $H_1: \beta \neq 0$, artinya variabel X1, X2, X3, dan X4 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y.

b. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)

c. Menentukan signifikansi

- Nilai signifikasi (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Nilai signifikasi (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

d. Membuat kesimpulan

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- Bila nilai signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variable dependen.
- Bila nilai signifikan $t > 0,05$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap

variabel dependen.

4. Uji F

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah variable sikap terhadap perilaku (X1), Norma subjektif (X2), kontrol perilaku yang dirasakan (X3), niat (X4) dengan variabel dependen teori perilaku yang direncanakan (Y). Langkah-langkah pengujinya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

- a. Menentukan Formulasi Hipotesis
 - $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel X1, X2, X3, dan X4 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y.
 - $H_0: \beta_1 = \beta_2 \neq 0$, artinya variabel X1, X2, X3, dan X4 mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y.
- b. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)
- c. Menentukan signifikansi
 - Nilai signifikansi (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - Nilai signifikansi (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- d. Membuat kesimpulan
 - Bila (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen.
 - Bila (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara simultan (bersama-sama) tidak mempengaruhi variabel dependen.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas yaitu variable sikap terhadap perilaku (X1), Norma subjektif (X2), kontrol perilaku yang dirasakan (X3), niat (X4) dengan variabel dependen teori perilaku yang

direncanakan (Y) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen (Ghozali, 2016).

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel variable sikap terhadap perilaku (X1), Norma subjektif (X2), kontrol perilaku yang dirasakan (X3), niat (X4) dengan variabel dependen teori perilaku yang direncanakan (Y). Persamaan regresi yang dipakai adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

- β_1 = Koefisien regresi dari *Sikap terhadap perilaku*
- β_2 = Koefisien regresi dari *Norma subjektif*
- β_3 = Koefisien regresi dari *Preceived Tingkah laku Control*
- β_4 = Koefisien regresi dari *Intention*
- X1 = *Sikap terhadap perilaku*
- X2 = *Norma subjektif*
- X3 = *Preceived Tingkah laku Control*
- X4 = *Intention*
- e = *Standart error*

Data yang sudah terkumpul dianalisis dengan teknik analisis deskriptif dan regresi. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menemukan gambaran setiap variabel. Teknik analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap variabel Y.

Langkah-langkah dalam analisis regresi yang digunakan untuk

menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Tujuanya adalah untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antar variabel, apabila ada seberapa eratnya pengaruh serta berarti atau tidaknya pengaruh itu.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 4

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner *online* kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* karena untuk mempermudah responden dalam pengisian. Data yang dikumpulkan tersebut kemudian diinput dan disimpan menjadi file berekstensi .csv dan selanjutnya dilakukan pengolahan data. Hasil penelitian ini meliputi karakteristik responden meliputi variable sikap terhadap perilaku (X1), Norma subjektif (X2), kontrol perilaku yang dirasakan (X3), dan niat (X4) masyarakat Kota Surabaya terhadap faktor penentu pembelian bahan bakar minyak (BBM) di Kota Surabaya. Sebelum melakukan analisis data lebih lanjut, maka diperlukan untuk melakukan pengujian validitas dan pemeriksaan reliabilitas terhadap kuisioner sebagai tolak ukur penilaian dengan menguji kuisioner sudah dapat digunakan untuk melakukan pengujian lebih lanjut dilakukan pra survei dengan mengambil sampel sebanyak 30 responden.

4.1.1. Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil penelitian dianggap valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam hal ini digunakan item pertanyaan yang diharapkan dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur (Kuncoro, 2009).

Pengujian validitas menggunakan rumus *product moment* dari Pearson yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing-masing skor item pertanyaan dari tiap variabel dengan total skor variabel tersebut. Jika skor item tersebut berkorelasi positif dengan skor total skor item dan lebih tinggi dari korelasi antar item, menunjukkan kevalidan instrumen tersebut. Untuk penelitian ini, nilai df dapat dihitung sebagai berikut $df = n-2$ atau $30-2 = 28$, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka didapat r tabel sebesar 0,3061 (one tail). Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas No

Item	r _{xy}	r _{tabel}	Keterangan
ATTITUDE (X1)			
X1.1	0.641	0,3061	Valid
X1.2	0.658	0,3061	Valid
X1.3	0.376	0,3061	Valid
X1.4	0.513	0,3061	Valid
X1.5	0.631	0,3061	Valid
X1.6	0.637	0,3061	Valid
X1.7	0.401	0,3061	Valid
X1.8	0.566	0,3061	Valid
NORM (X2)			
X2.1	0.422	0,3061	Valid
X2.2	0.523	0,3061	Valid
X2.3	0.561	0,3061	Valid
X2.4	0.328	0,3061	Valid
CONTROL (X3)			
X3.1	0.527	0,3061	Valid
X3.2	0.712	0,3061	Valid
X3.3	0.387	0,3061	Valid
X3.4	0.376	0,3061	Valid
INTENTION (X4)			
X4.1	0.527	0,3061	Valid
X4.2	0.783	0,3061	Valid
X4.3	0.648	0,3061	Valid
X4.4	0.426	0,3061	Valid
TINGKAH LAKU (Y)			
Y1	0.652	0,3061	Valid
Y2	0.677	0,3061	Valid
Y3	0.514	0,3061	Valid
Y4	0.717	0,3061	Valid

4.1.2. Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan reliable (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tingkat reliabilitas suatu konstruk atau variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai $Cronbach alpha > 0,60$ (Ghozali, 2016). Hasil perhitungan reliabilitas oleh SPSS dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4. 2 Hasil *Cronbach's Alpha*

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha if Item Deleted	Tingkat Keandalan	Keterangan
Sikap (X1)			
X1.1	0.880	Sangat Tinggi	Reliable
X1.2	0.880	Sangat Tinggi	Reliable
X1.3	0.888	Sangat Tinggi	Reliable
X1.4	0.884	Sangat Tinggi	Reliable
X1.5	0.880	Sangat Tinggi	Reliable
X1.6	0.881	Sangat Tinggi	Reliable
X1.7	0.888	Sangat Tinggi	Reliable
X1.8	0.883	Sangat Tinggi	Reliable
Norma (X2)			
X2.1	0.885	Sangat Tinggi	Reliable
X2.2	0.884	Sangat Tinggi	Reliable
X2.3	0.882	Sangat Tinggi	Reliable
X2.4	0.888	Sangat Tinggi	Reliable
Kontrol (X3)			
X3.1	0.883	Sangat Tinggi	Reliable
X3.2	0.877	Sangat Tinggi	Reliable
X3.3	0.887	Sangat Tinggi	Reliable
X3.4	0.889	Sangat Tinggi	Reliable
Niat (X4)			
X4.1	0.883	Sangat Tinggi	Reliable
X4.2	0.875	Sangat Tinggi	Reliable
X4.3	0.879	Sangat Tinggi	Reliable
X4.4	0.886	Sangat Tinggi	Reliable
TINGKAH LAKU (Y)			
Y1	0.881	Sangat Tinggi	Reliable
Y2	0.879	Sangat Tinggi	Reliable
Y3	0.884	Sangat Tinggi	Reliable
Y4	0.878	Sangat Tinggi	Reliable

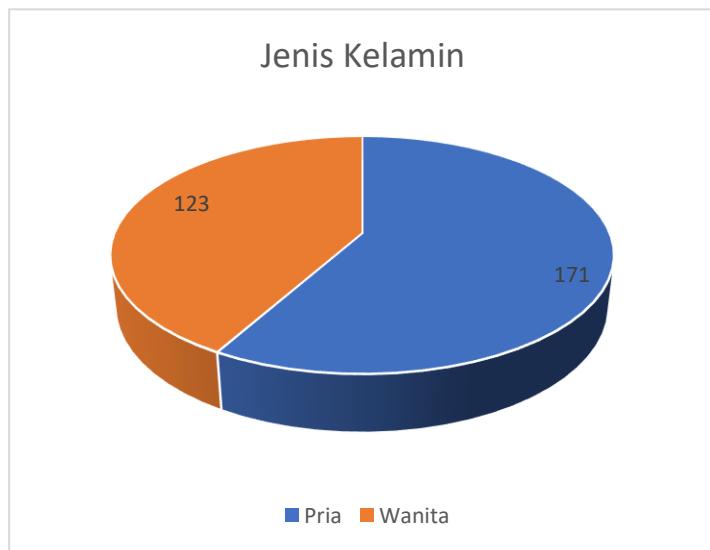
42. Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuisioner yang dibagikan pada responden penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang dapat dijumpai oleh peneliti baik secara langsung bertemu saat pengisian BBM non subsidi dan masyarakat yang mengisi kuisioner secara online. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 23 sampai 30 Januari 2021. Jumlah kuisioner yang disebarluaskan sebanyak

280 responden. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif mengenai jenis kelamin, usia, jenis kendaraan, tingkat pendidikan, dan penghasilan per bulan:

4.2.1. Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan maupun yang berjenis kelamin laki-laki. Hasil analisis pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa dari 280 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden berjenis kelamin pria sebesar 58% sedangkan sisanya sebanyak 42% responden merupakan wanita. Jumlah responden perempuan dan laki-laki tidak begitu terpaut jauh karena mereka memerlukan BBM non subsidi untuk mengisi kendaraanya masing-masing sehingga tidak digunakan pada salah satu jenis gender saja.

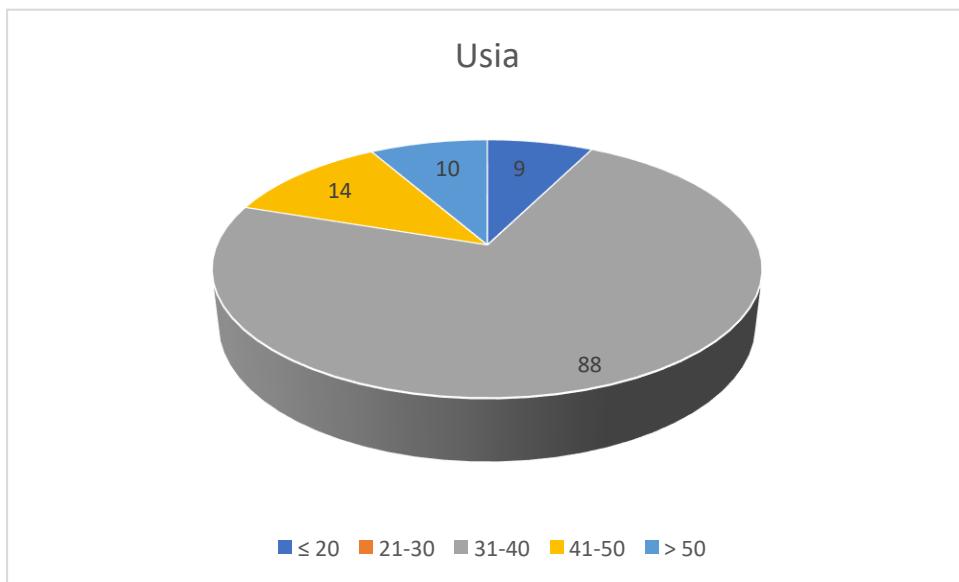


Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden

4.2.2. Usia

Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia yang beragam, berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.2, dapat dilihat bahwa dari 294 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden berusia 21 - 30 tahun (59%), sedangkan sisanya sebanyak 30% responden berusia 31 – 40 tahun, sebanyak 5% responden berusia 41 – 50 tahun dan sebanyak 3% responden berusia kurang dari 20 tahun dan lebih dari 50 tahun. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak digunakan oleh pengguna berusia antara 21 – 30 tahun,

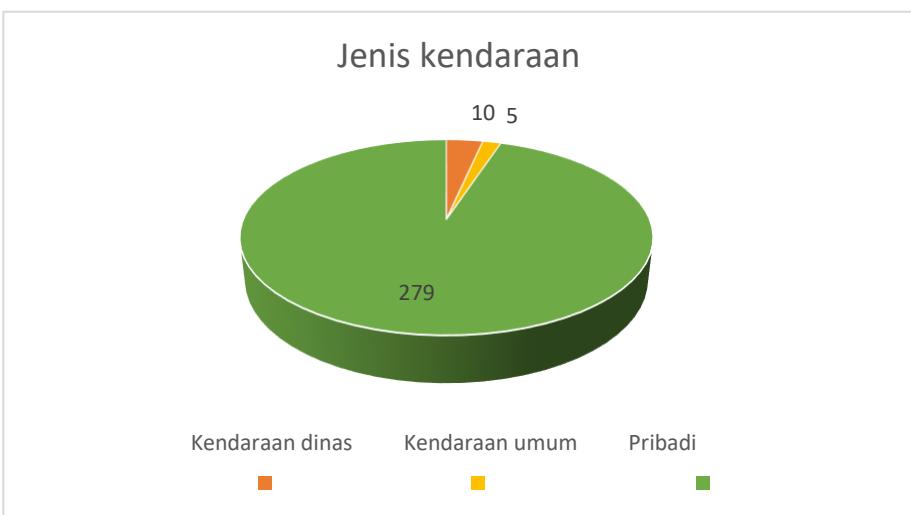
hal dimungkinkan ini karena usia tersebut adalah usia dimana seseorang diprediksi usia produktif dalam bekerja sehingga membutuhkan pengisian BBM non subsidi untuk kendaraanya.



Gambar 4. 2 Usia Responden

4.2.3. Jenis Kendaraan

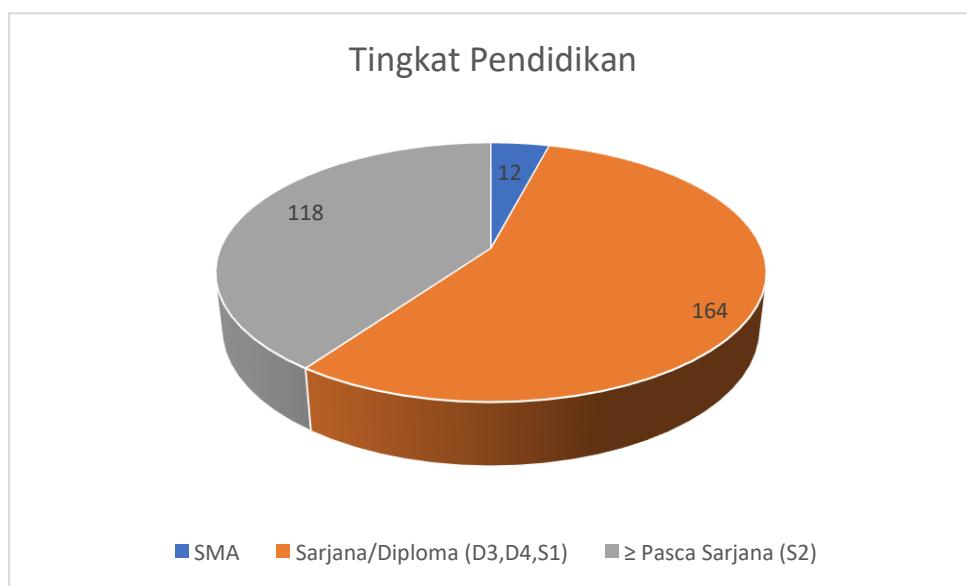
Pada jenis tipe kendaraan mayoritas responden menggunakan kendaraan pribadi 95% sebagai kendaraan yang digunakan dalam pengisian BBM non subsidi di retail SPBU terpilih seperti pada Gambar 4.3, sedangkan kendaraan dinas sebesar 3% dan kendaraan umum sebesar 2%. Hal ini sesuai dengan keinginan penulis dikarenakan adanya kekhawatiran penulis apabila menggunakan kendaraan umum dan kendaraan dinas responden tidak mampu membeli BBM non subsidi secara independen, dan hasil pengujian nanti akan difokuskan pada responden dengan kendaraan pribadi. Oleh karena itu pada pengujian *Theory of Planned Tingkah laku* yang akan dibahas di bab selanjutnya menghilangkan jenis kendaraan dinas dan umum sehingga didapat data yang akan diolah sebesar 280 responden.



Gambar 4. 3 Jenis Kendaraan Responden

4.2.4. Tingkat Pendidikan

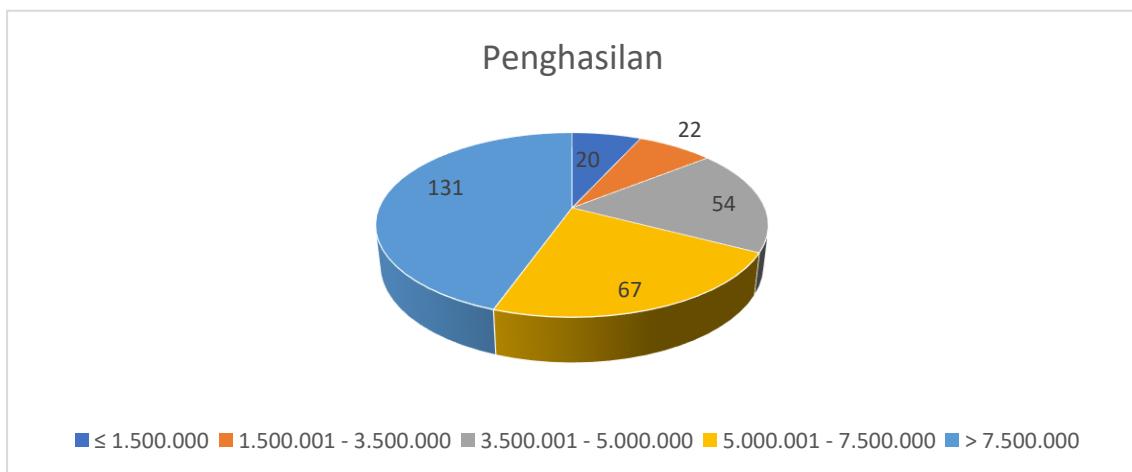
Pendidikan responden yang diteliti dalam penelitian ini cukup beragam, mulai dari SMA, diploma atau sarjana (S1) dan pasca sarjana (S2). Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.5, hasil analisis menunjukkan bahwa dari 280 responden yang diteliti dalam penelitian ini, sebagian besar responden berpendidikan sarjana atau diploma sebesar 56%, diikuti pascasarjana 40%, dan SMA sebesar 4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengisian BBM non subsidi di retail SPBU terpilih dibutuhkan semua kalangan.



Gambar 4. 4 Tingkat Pendidikan Responden

4.2.5. Penghasilan

Responden terbanyak berpenghasilan diatas 7,5 juta rupiah per bulan sebesar 45% diikuti penghasilan 5 juta sebesar 23% berurutan hingga paling kecil penghasilan dibawah sama dengan 1,5 juta rupiah sebesar 7%. Hal ini menunjukkan bahwa pengisian BBM non subsidi di retail SPBU terpilih dibutuhkan oleh seluruh masyarakat di Kota Surabaya berapapun jumlah penghasilan nya sesuai Gambar 4.5.



Gambar 4. 5 Tingkat Pendidikan Responden

4.3. Pengolahan Data

Dalam sub bab ini akan dijelaskan tahapan mengenai pengolahan data yang akan dilakukan.

4.3.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas (Singgih Santoso, 2000). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan dasar pengambilan keputusan atau hasil analisis yang telah dilakukan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0.05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya adalah

terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian kali ini dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Standar Nilai Signifikansi	Keterangan
Sikap (X1)	0,812	0,05	Tidak Terjadi
Norma (X2)	0,239	0,05	Tidak Terjadi
Kontrol (X3)	0,746	0,05	Tidak Terjadi
Niat (X4)	0,857	0,05	Tidak Terjadi

Pada Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi setiap variabel melampaui batas standar nilai signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi.

2 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal dengan metode normalitas *kolmogorov-smirnov*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas *kolmogorov-smirnov* yaitu:

- Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2 tailed) lebih besar dari 0.05, maka data penelitian berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2 tailed) lebih kecil dari 0.05, maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas pada penelitian kali ini dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Normalitas *Kolmogorov-smirnov*

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters	Mean	0
	Std. Deviation	0.393
Most Extreme Differences	Absolute	0.117
	Positive	0.105
	Negative	-0.117
Test Statistic		0.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.2

Pada Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2 tailed)* sebesar 0,2 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

4.3.2. Pengolahan Data Regresi Linier Berganda

Sebelum dilakukan pengolahan data regresi liner berganda, maka harus dilakukan uji t, uji F simultan, dan koefisien determinasi R². Berikut penjelasan pengujian tersebut sebelum dilakukan analisa regresi.

1. Uji T

Uji T Digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independen sikap terhadap perilaku (X1), Norma subjektif (X2), kontrol perilaku yang dirasakan (X3), dan niat (X4) dengan variabel dependen tingkah laku (Y). Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat ditabel 4.5.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel
Sikap Terhadap Perilaku	0,001	1,65
Norma Subjektif	0	1,65
Kontrol Perilaku Yang Dirasakan	0,004	1,65
Niat	0	1,65

Mengacu pada (Sujarwani, 2014) Berdasarkan Tabel 4.4, maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hipotesis variabel sikap terhadap perilaku memiliki tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) dengan angka signifikansi (P Value) pada variabel sikap terhadap perilaku sebesar $0,001 < 1,65$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H0 ditolak atau berarti sikap terhadap perilaku ada perbedaan rata-rata hasil variabel sikap terhadap perilaku terhadap variabel tingkah laku.
- b. Hipotesis variabel norma subjektif memiliki tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) dengan angka signifikansi (P Value) pada variabel kehandalan

sebesar $0 < 1,65$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti ada perbedaan rata-rata hasil variabel norma subjektif terhadap variabel tingkah laku.

- c. Hipotesis variabel kontrol perilaku yang dirasakan memiliki tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) dengan angka signifikansi (P Value) pada variabel kehandalan sebesar $0,004 < 1,65$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti ada perbedaan rata-rata hasil variabel kontrol perilaku yang dirasakan terhadap variabel tingkah laku.
- d. Hipotesis variabel niat memiliki tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) dengan angka signifikansi (P Value) pada variabel kehandalan sebesar $0 > 1,65$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti ada perbedaan rata-rata hasil variabel niat terhadap variabel tingkah laku.

2. Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah variable sikap terhadap perilaku (X_1), norma subjektif (X_2), kontrol perilaku yang dirasakan (X_3), dan niat (X_4) dengan variabel dependen tingkah laku (Y) (Ghozali, 2016). hasil dari pengujian Uji F dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	8,303	4	2,076	11,562	0
<i>Residual</i>	4,488	25	0,18		
Total	12,792	29			

- a. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dari *Output Anova* diketahui nilai Sig. adalah sebesar 0. Karena nilai Sig. $0 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain sikap terhadap perilaku (X_1), norma subjektif (X_2), kontrol perilaku yang dirasakan (X_3), dan niat (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel tingkah laku (Y).
- b. Berdasarkan perbandingan nilai hitung F hitung dan F tabel diketahui nilai F hitung adalah sebesar 11,562. Karena nilai F hitung $11,562 > F$ tabel 3,04,

maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima diterima atau dengan kata lain sikap terhadap perilaku (X1), norma subjektif (X2), kontrol perilaku yang dirasakan (X3), dan niat (X4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel tingkah laku (Y).

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas yaitu sikap terhadap perilaku (X1), norma subjektif (X2), kontrol perilaku yang dirasakan (X3), dan niat (X4) akan diikuti oleh variable terkait tingkah laku (Y) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen (Ghozali, 2016).

Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted R^2 karena nilai ini dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji. Nilai Adjusted R^2 dapat dilihat pada gambar 4.7.

Tabel 4. 7 Hasil Pengolahan Koefisien Determinasi

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,806	0,649	0,593	0,42371

Pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R²* adalah sebesar 0,593. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen (sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan niat) dapat menjelaskan variabel dependent (tingkah laku) sebesar 59,3 %, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil regresi dengan menggunakan program SPSS, maka didapatkan koefisien regresi yang dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Hasil Pengolahan Regresi Linier Berganda

Variable	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
Constant	0,434	0,648		0,669	0,509		
Attitude	0,683	0,221	0,557	3,089	0,005	0,431	2,319
Norm	-0,078	0,214	-0,058	-0,364	0,719	0,552	1,812
Control	-0,051	0,156	-0,054	-0,326	0,748	0,504	1,983
Intention	0,319	0,134	0,498	2,369	0,026	0,498	2,007

Berdasarkan pada Tabel 4.8 maka didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,557 X_1 - 0,058 X_2 - 0,054X_3 + 0,498 X_4 \quad (4.1)$$

Nilai satuan dari Y adalah kali. Jadi variabel X1, X2, X3, dan X4 mempengaruhi nilai Y sebanyak sekian kali. Persamaan 1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai 0,557 pada variabel sikap terhadap perilaku (X1) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi sikap terhadap perilaku (X1) yang dimiliki konsumen, maka akan semakin tinggi pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
- Nilai -0,058 pada variabel norma subjektif (X2) adalah bernilai negatif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat norma subjektif (X2) yang dimiliki konsumen, tidak berarti akan semakin tinggi pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
- Nilai -0,054 pada variabel kontrol perilaku yang dirasakan (X3) adalah bernilai negatif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol perilaku yang dirasakan (X3) yang dimiliki konsumen, tidak berarti akan semakin tinggi pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
- Nilai 0,498 pada variabel niat (X4) adalah bernilai negatif sehingga dapat

dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat niat (X4) yang dimiliki konsumen, maka akan semakin tinggi pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu

4.2. One Way ANOVA

Analisis *One Way ANOVA* bertujuan untuk membandingkan nilai rata-rata yang terdapat pada variabel terkait di semua kelompok yang dibandingkan. Nilai masing-masing kelompok dilihat berdasarkan pada variabel bebas yang berskala kategori. Fungsi variabel bebas disini sebenarnya adalah untuk mewakili kelompok data yang akan diteliti. Variabel bebas dalam analisis *One Way ANOVA* disebut juga variabel faktor, sementara kelompok yang dibandingkan disebut juga variabel tingkatan faktor. Hasil pengolahan data *One Way ANOVA* dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Hasil Pengolahan Data *One Way ANOVA*

Variabel	Mean	Std. Deviation	Std Error	t	Sig.	Keterangan
Sikap (X1)	4,100	0,385	0,136			
X1.1		0.054	0.112	1.760	0.080	Signifikan
X1.2		0.045	-0.030	-0.459	0.647	Signifikan
X1.3		0.032	0.087	1.629	0.104	Signifikan
X1.4		0.028	0.054	0.967	0.335	Signifikan
X1.5		0.032	0.128	2.141	0.033	Signifikan
X1.6		0.050	0.194	3.810	0.000	Signifikan
X1.7		0.024	0.090	1.837	0.067	Signifikan
X1.8		0.038	0.177	3.388	0.001	Signifikan
Norma (X2)	3,300	0,871	0,435			
X2.1		0.046	-0.206	-3.287	0.001	Signifikan
X2.2		0.051	0.204	3.038	0.003	Signifikan
X2.3		0.032	-0.113	-2.155	0.032	Signifikan
X2.4		0.026	0.020	0.402	0.688	Signifikan
Kontrol (X3)	3,800	0,416	0,208			
X3.1		0.038	-0.024	-0.474	0.636	Signifikan
X3.2		0.032	0.145	2.791	0.006	Signifikan
X3.3		0.028	-0.118	-2.190	0.029	Signifikan
X3.4		0.025	-0.074	-1.370	0.172	Signifikan
Niat (X4)	3,550	0,288	0,144			
X4.1		0.027	0.080	1.647	0.101	Signifikan
X4.2		0.033	0.099	1.818	0.070	Signifikan
X4.3		0.025	-0.035	-0.670	0.503	Signifikan
X4.4		0.026	0.371	7.333	0.000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui rata-rata nilai sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, niat, dan tingkah laku dengan rincian sebagai berikut:

- Rata-rata nilai sikap sebesar 4,1 dengan pertanyaan paling signifikan pada nomor X1.2 dengan mengetahui retail BBM non subsidi yang ada di Kota Surabaya sikap terhadap perilaku konsumen diprediksikan akan menjadikan tingkah laku dalam membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
- Rata-rata nilai norma sebesar 3,3 dengan pertanyaan paling signifikan pada nomor X2.4 dengan mengetahui apakah konsumen merasa dibawah tekanan sosial untuk mengisi BBM non subsidi di retail SPBU tertentu menjadikan norma subjektif konsumen diprediksikan akan menjadikan tingkah laku dalam membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
- Rata-rata nilai kontrol sebesar 3,8 dengan pertanyaan paling signifikan pada nomor X3.1 dengan mengetahui apakah konsumen mampu menentukan keputusan untuk membeli secara independen menjadikan kontrol perilaku yang dirasakan diprediksikan akan menjadikan tingkah laku dalam membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
- Rata-rata nilai niat sebesar 3,55 dengan pertanyaan paling signifikan pada nomor X4.3 dengan mengetahui apakah konsumen berniat mencoba pembelian BBM non subsidi di retail tertentu diluar yang biasa digunakan konsumen menjadikan *Customer* niat diprediksikan akan menjadikan tingkah laku dalam membeli BBM di ritel SPBU tertentu.

Dengan demikian maka secara deskriptif dapat disimpulkan bahwa rata-rata tertinggi dari keempat variabel *Theory of Planned Behavior* yang memungkinkan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu adalah variabel sikap terhadap perilaku dengan nilai mean sebesar 4,1.

BAB 5

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisa Hasil Penelitian

Berikut ini diuraikan hasil penelitian berdasarkan keempat variabel dari *Theory of Planned Tingkah laku*:

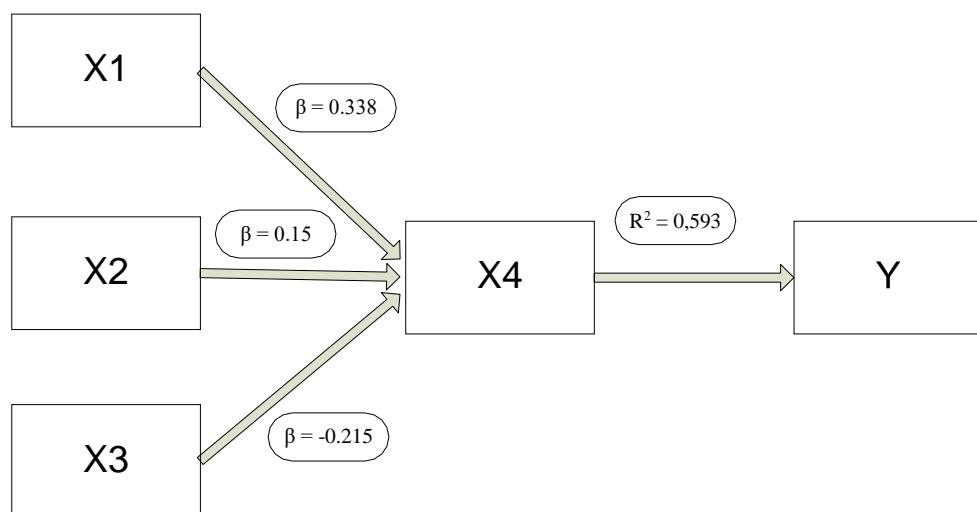
H₁: Sikap terhadap perilaku (X1) menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas sebesar $0,812 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Pada hasil uji t menunjukkan hasil sebesar $0,001 < 1,65$ yang berarti X1 ada perbedaan rata-rata hasil variabel terhadap variabel tingkah laku (Y). Pada koefisien *Beta* (β) menghasilkan nilai 0,338 berarti setiap perubahan satu satuan X1 dapat mengakibatkan perubahan pada Y sebesar 33,8% (Gambar 5.1). Dapat disimpulkan semakin tinggi nilai X1 yang dimiliki konsumen, maka akan semakin signifikan pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.

H₂: Norma subjektif (X2) menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas sebesar $0,239 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Pada hasil uji t menunjukkan hasil sebesar $0 < 1,65$ yang berarti X2 ada perbedaan rata-rata hasil variabel terhadap variabel tingkah laku (Y). Pada koefisien *Beta* (β) menghasilkan nilai 0,015 berarti setiap perubahan satu satuan X2 dapat mengakibatkan perubahan pada Y sebesar 1,5% (Gambar 5.1). Dapat disimpulkan semakin tinggi nilai X2 yang dimiliki konsumen, tidak akan mempengaruhi kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.

H₃: Kontrol perilaku yang dirasakan (X3) menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas sebesar $0,746 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Pada hasil uji t menunjukkan hasil sebesar $0,004 < 1,65$ yang berarti X3 ada perbedaan rata-rata hasil variabel terhadap variabel tingkah laku (Y). Pada koefisien *Beta* (β) menghasilkan nilai -0,215 berarti setiap perubahan satu satuan X1 dapat mengakibatkan perubahan pada Y sebesar -21,5% (Gambar 5.1). Dapat disimpulkan semakin tinggi nilai X2 yang dimiliki

konsumen, tidak akan mempengaruhi kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.

H₄: Niat (X₄) menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas sebesar $0,857 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Pada hasil uji t menunjukkan hasil sebesar $0 < 1,65$ yang berarti X₄ ada perbedaan rata-rata hasil variabel terhadap variabel tingkah laku (Y). Pada koefisien *Beta* (β) menghasilkan nilai 0,355 berarti setiap perubahan satu satuan X₁ dapat mengakibatkan perubahan pada Y sebesar 35,5% (Gambar 5.1). Dapat disimpulkan semakin tinggi nilai X₄ yang dimiliki konsumen, maka akan semakin signifikan pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.



Gambar 5. 1 Model TPB Faktor Penentu Pembelian BBM Non-Subsidi di Kota Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa hasil pengujian pada variabel X₁, X₂, X₃, dan X₄ dengan pengujian normalitas *kolmogorov-smirnov* menunjukkan hasil *Asymp. Sig. (2 tailed)* sebesar $0,2 > 0,05$ yang berarti persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi. Pada pengujian signifikansi simultan (Uji F) memiliki nilai *Sig. 0 < 0,05*, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel X₁, X₂, X₃, dan X₄ secara

simultan berpengaruh terhadap Y. Pada pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R²* adalah sebesar 0,593 (Gambar 5.1). Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen variabel X₁, X₂, X₃, dan X₄ dapat menjelaskan variabel dependen Y sebesar 59,3 %, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil Analisa regresi berganda menghasilkan rumus:

$$Y = 0.557 X_1 - 0.058 X_2 - 0.054 X_3 + 0.498 X_4 \quad (5.1)$$

Dari variabel sikap terhadap perilaku (X₁) dan niat (X₄) yang paling berpengaruh dominan terhadap kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu dimana variabel tersebut mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Sementara norma subjektif (X₂) dan kontrol perilaku yang dirasakan (X₃) menurut hasil penelitian ini berpengaruh negatif secara signifikan sehingga dapat mengurangi nilai tingkah laku (Y) terhadap kemungkinan konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU. Hal ini perlu diminimalisir dikarenakan mempengaruhi keputusan konsumen sehingga target prefensi penjualan tidak dapat tercapai.

5.2. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil interview dengan para pelaku, pegawai, dan kosumen ritel SPBU di Kota Surabaya menghasilkan temuan dan masukan terkait pemahaman mereka tentang jenis BBM non subsidi yang beraneka ragam. Tidak meratanya jumlah ritel SPBU pertamina non pertamina membuat pemahaman mereka akan produk non pertamina terbatas. Hal yang paling utama mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli adalah masalah harga, dan lokasi SPBU. Dengan hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai sikap terhadap perilaku mempunyai nilai yang paling tinggi, maka dapat disarankan untuk PT. Pertamina dapat membuat program menyesuaikan strategi bisnisnya yang mengarah pada variabel sikap terhadap perilaku dengan menguatkan variabel yang signifikan dengan mengedepankan pengetahuan terkait produk jual hal ini terbukti pada item variabel pertanyaan X1.2 dan sikap konsumen X₁ terkait dengan produk PT. Pertamina yang di jual di ritel

SPBU sehingga produk yang di targetkan dengan volume jual terbaik dapat diterima masyarakat untuk kepentingan bisnis yang berkelanjutan menghadapi pesatnya pergerakan kompetitor ritel SPBU yang masuk di Indonesia.

5.3. Penelitian Selanjutnya (Berbasis Pada Keterbatasan)

Penelitian ini masih dilakukan dalam *scope* hanya dilakukan di Kota Surabaya, ada baiknya penelitian ini dikembangkan di seluruh kota besar di Indonesia agar mampu mengetahui keinginan konsumen agar strategi dan produk yang dijual dapat menjawab kebutuhan konsumen di kemudian hari.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan dalam Bab IV, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil Analisa regresi linier berganda pengaplikasian *Theory of Planned Behaviour* menunjukan:
 - a. Sikap terhadap perilaku (aspek kognitif, afektif, dan konatif) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkah laku (aspek *target, action, context, dan time*) konsumen. Semakin tinggi nilai sikap terhadap perilaku konsumen, maka akan semakin tinggi pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
 - b. Norma subjektif (aspek keyakinan normative dan motivasi untuk patuh) terbukti berpengaruh negatif terhadap tingkah laku konsumen secara signifikan. Norma subjektif tidak berpengaruh, sehingga tidak memungkinkan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
 - c. Kontrol perilaku yang dirasakan (aspek *belief strength, power of control factor, dan performance Intention*) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap tingkah laku konsumen. Kontrol perilaku yang dimiliki konsumen tidak memungkinkan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
 - d. Niat (aspek *performance intention*) positif dan signifikan terhadap tingkah laku konsumen. Semakin tinggi nilai niat yang dimiliki konsumen, maka akan semakin tinggi pula kemungkinan menjadikan tingkah laku konsumen untuk membeli BBM non subsidi di ritel SPBU tertentu.
2. Untuk perusahaan retail BBM non subsidi dapat memberikan stimulan informasi kepada pelanggan dengan produk BBM non subsidi yang sesuai

dengan kendaraan konsumen dan program penjualan dengan diskon tertentu yang dapat memicu niat konsumen untuk membeli.

6.2. Saran

Saran yang ditujukan untuk penulis selanjutnya yaitu melakukan penelitian lebih lanjut, utamanya penelitian dengan: (a) variabel yang sama dengan cakupan penelitian (ukuran sampel dan wilayah) yang lebih luas (Jawa Timur atau Nasional), dan (b) penambahan variabel penelitian yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli BBM non subsidi, seperti variabel kualitas BBM non subsidi terhadap kenyamanan berkendaraan dan keamanan mesin kendaraan bermotor, jumlah pendapatan dengan jumlah pembelian BBM non subsidi, dan prediksi kebutuhan BBM non subsidi ditinjau dari kebutuhan konsumen, prediksi penyiapan BBM non subsidi untuk beberapa tahun yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, W., Kim, W. G., Anwer, Z., & Zhuang, W. (2020). Schwartz personal values, theory of planned behavior and environmental consciousness: How tourists' visiting intentions towards eco-friendly destinations are shaped? *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.040>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. The theory of planned behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I. (2002). Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations. *Time*.
- Alzubaidi, H., Slade, E. L., & Dwivedi, Y. K. (2020). Examining antecedents of consumers' pro-environmental behaviours: TPB extended with materialism and innovativeness. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.017>
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktik. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of Research in Personality*. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90021-H](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90021-H)
- Bohner, G., & Dickel, N. (2011). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.121208.131609>
- BPH-MIGAS. (2019). Pertamina (Persero) Mendominasi Penjualan BBM. <https://www.bphmigas.go.id/2019/>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. *The Handbook of Attitudes*.
- Gatersleben, B., Steg, L., & Vlek, C. (2002). Measurement and determinants of environmentally significant consumer behavior. *Environment and Behavior*. <https://doi.org/10.1177/0013916502034003004>
- George, J. F. (2004). The theory of planned behavior and Internet purchasing. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/10662240410542634>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. In (Edisi 8). *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., and Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Edition). In *Pearson Prentice Hall, New Jersey*.
- Hoffmann, A. O. I., & Plotkina, D. (2020). Why and when does financial information affect retirement planning intentions and which consumers are more likely to act on them? *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.023>

- Howe, L. C., & Krosnick, J. A. (2017). Attitude Strength. In *Annual Review of Psychology*.
<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033600>
- Hsu, C. L., Chang, C. Y., & Yansritakul, C. (2017). Exploring purchase intention of green skincare products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.006>
- Jiang, K., Yang, Z., Feng, Z., Yu, Z., Bao, S., & Huang, Z. (2019). Mobile phone use while cycling: A study based on the theory of planned behavior. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2019.05.020>
- KESDM. (2019). *Handbook of Energy & Economic Statistics of Indonesia*. KESDM.
- Kuncoro, M. (2009). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. In *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*.
- Lim, Y. J., Osman, A., Salahuddin, S. N., Romle, A. R., & Abdullah, S. (2016). Factors Influencing Online Shopping Behavior: The Mediating Role of Purchase Intention. *Procedia Economics and Finance*. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00050-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00050-2)
- Lo, F. Y., Yu, T. H. K., & Chen, H. H. (2020). Purchasing intention and behavior in the sharing economy: Mediating effects of APP assessments. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.017>
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0358-3>
- Mahizer Hamzah, Yusup Hashim, & Ismail Abdul Raoh. (2008). Kajian Tahap Kompetensi Pengetua/Guru Besar Sekolah Terhadap Pengurusan Teknologi Instruksional di Sekolah. *2nd International Malaysian Educational Technology Convention 2008, At Kuantan, Pahang, Malaysia*.
- Michener, H. A., DeLamater, J. D., & Myers, D. J. (2004). Social psychology, 5th ed. In *Social psychology, 5th ed.*
- Mosahab, R., Mahamad, O., & Ramayah, T. (2010). Service Quality, Customer Satisfaction And Loyalty: A Test Of Mediation. *International Business Research*.
<https://doi.org/10.5539/ibr.v3n4p72>
- Noel, H. (2009). *Consumer Behaviour*. AVA Publishing (UK) Ltd.
- Petrocelli, J. V., Tormala, Z. L., & Rucker, D. D. (2007). Unpacking attitude certainty: Attitude clarity and attitude correctness. *Journal of Personality and Social Psychology*.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.1.30>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Podsakoff Mackenzie Lee Podzakoff JAP 2003 Common method biases. *Journal of Applied Psychology*.
- Prabumenang, A. K. R., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Prihandono, D. (2020). Determinant factors of fuel consumption behavior: Evidence from Indonesia | Factores determinantes del comportamiento del consumo de combustible: Evidencia de Indonesia. *Utopia y Praxis Latinoamericana*.
- Pristiandaru, D. L. (2020). Inspirasi Energi: Konsumsi Minyak Dunia dan Pentinya Saat ini.
In *Kompas.com*.

<https://www.kompas.com/global/read/2020/09/14/181411970/inspirasi-energi-konsumsi-minyak-dunia-dan-pentingnya-saat-ini?page=all>

- Rotter, J. B. (1975). Some problems and misconceptions related to the construct of internal versus external control of reinforcement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. <https://doi.org/10.1037/h0076301>
- Sebayang, R. (2018). OPEC: 2040, Konsumsi Minyak Dunia Capai 112 Juta Barel. *CNBC*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20180924154250-17-34487/opec-2040-konsumsi-minyak-dunia-capai-112-juta-barel>
- Setyaningrum, P. M. (2020). Realitas Neraca Minyak Bumi Indonesia. *Warta Ekonomi*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read265447/realitas-neraca-minyak-bumi-indonesia>
- Sujarweni, V. W. (2014). SPSS untuk Penelitian. In *SPSS untuk Penelitian*.
- Zhang, Y., & Li, L. (2020). Intention of Chinese college students to use carsharing: An application of the theory of planned behavior. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behavior*, 75, 106–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.09.021>

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian Petunjuk Pengisian

Instrumen penelitian ini menggunakan metode linkert dengan indikator jawaban sebagai berikut:

- 1= Sangat tidak setuju**
- 2= Kurang Setuju**
- 3= Ragu-ragu**
- 4= Setuju**
- 5= Sangat setuju**

Item Pertanyaan/Pernyataan

Variabel	Item pertanyaan	Jawaban
<i>Customer Attitude</i>	Apakah anda paham jenis BBM non subsidi yang ada?	1 2 3 4 5
	Apakah anda mengetahui retail BBM non subsidi apa saja yang ada?	1 2 3 4 5
	Apakah anda mengetahui tolak ukur kualitas jenis BBM?	1 2 3 4 5
	Apakah anda mengkhawatirkan apabila stok BBM non subsidi berkurang?	1 2 3 4 5
	Apakah anda mengkhawatirkan apabila harga BBM non subsidi akan meningkat?	1 2 3 4 5
	Apakah anda senang jika harga BBM non subsidi sama di seluruh Indonesia?	1 2 3 4 5
	Apakah anda cenderung membeli BBM non subsidi jenis tertentu (contoh: pertalite, dan pertamax)?	1 2 3 4 5
	Apakah anda cenderung membeli BBM non subsidi produk dari Pertamina atau yang lain (Shell, dan BP)?	1 2 3 4 5
	Apakah anda cenderung memilih retail SPBU yang terpercaya?	1 2 3 4 5
<i>Norma subjektif</i>	Apakah anda percaya terhadap pengukuran di BBM non subsidi yang dikeluarkan pada SPBU?	1 2 3 4 5

	Apakah anda percaya dengan kualitas jenis BBM non subsidi yang ada di SPBU?	1 2 3 4 5
	Apakah orang terdekat anda berpikir anda harus mengisi BBM non subsidi di retail SPBU?	1 2 3 4 5
	Apakah anda merasa dibawah tekanan sosial untuk mengisi BBM non subsidi di retail SPBU?	1 2 3 4 5
<i>Perceived Tingkah laku Control</i>	Apakah anda membeli BBM non subsidi sepenuhnya tergantung pada anda?	1 2 3 4 5
	Apakah anda yakin dapat menemukan BBM non subsidi yang biasa anda gunakan kapan pun anda mau?	1 2 3 4 5
	Apakah anda memaklumi apabila pada suatu saat jenis BBM non subsidi yang biasa anda beli tidak tersedia dan anda harus mengisi BBM non subsidi jenis lainnya?	1 2 3 4 5
	Apabila anda memaklumi membeli jenis BBM non subsidi tertentu saat jenis BBM non subsidi yang anda biasa beli tidak ada, apakah anda menjadi terbiasa dengan jenis BBM non subsidi pengganti?	1 2 3 4 5
<i>Customer Intention</i>	Apakah anda membeli BBM non subsidi jenis tertentu tanpa harus mengingat secara sadar?	1 2 3 4 5
	Apakah anda berniat untuk membeli jenis BBM non subsidi di retail tertentu (Pertamina, Shell, dan BP)?	1 2 3 4 5
	Apakah anda berniat mencoba jenis BBM non subsidi di retail tertentu (Pertamina, Shell, dan BP) diluar yang anda biasanya gunakan?	1 2 3 4 5
	Apakah anda merasa aneh jika tidak membeli jenis BBM non subsidi yang biasa anda beli?	1 2 3 4 5
<i>Customer Tingkah laku</i>	Apakah anda berharap dapat membeli jenis BBM non subsidi sesuai kebutuhan?	1 2 3 4 5
	Apakah membeli BBM non subsidi jenis tertentu penting bagi anda?	1 2 3 4 5

	Apakah anda merasa cemas apabila tidak membeli jenis BBM non subsidi tertentu?	1 2 3 4 5
	<i>Apakah anda mendapatkan jenis BBM non subsidi sesuai dengan waktu yang dibutuhkan?</i>	1 2 3 4 5

Lampiran 2. Pengujian Validitas

Notes		
Output Created		31-JAN-2021 16:47:52
Comments		
Input	Data	C:\Users\User\Documents\ranggi\IV\THEORY OF PLANNED TINGKAH LAKU BBM\SEMHAS\spss data TPB ranggi\validitas ok.sav
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		<p>CORRELATIONS</p> <p>/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 Y1 Y2 Y3 Y4</p> <p>total</p> <p>/PRINT=TWOTAIL NOSIG</p> <p>/MISSING=PAIRWISE.</p>
Resources	Processor Time	00:00:00.11
	Elapsed Time	00:00:00.22

		Correlations																			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
X1.1	Pearson Correlation	1	.791**	.410*	.147	.209	.489**	-.110	.366*	.156	.427*	.123	.065	.553**	.557**	.163	.000	.370*	.723**	.400*	.091
	Sig. (2-tailed)		.000	.024	.440	.268	.006	.563	.047	.409	.019	.517	.731	.002	.001	.391	1.000	.044	.000	.029	.633
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.791**	1	.372*	.090	.295	.641**	-.014	.510**	.479**	.407*	.174	-.083	.381*	.549**	.184	.111	.368*	.747**	.399*	.044
	Sig. (2-tailed)	.000		.043	.637	.113	.000	.942	.004	.007	.026	.358	.662	.038	.002	.331	.560	.046	.000	.029	.817
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X1.3	Pearson Correlation	.410*	.372*	1	.141	-.032	.224	.027	-.055	-.033	.040	-.143	.378*	.101	.325	-.136	-.288	.200	.452*	.022	.203		
	Sig. (2-tailed)	.024	.043		.457	.865	.234	.886	.775	.861	.835	.450	.040	.597	.080	.472	.123	.290	.012	.908	.281		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
X1.4	Pearson Correlation	.147	.090	.141	1	.415*	.139	.150	.259	.315	.357	.324	.356	.148	.280	.499**	.088	.278	.195	.205	.319		
	Sig. (2-tailed)	.440	.637	.457		.023	.465	.429	.167	.090	.053	.081	.053	.434	.134	.005	.645	.137	.302	.278	.086		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
X1.5	Pearson Correlation	.209	.295	-.032	.415*	1	.232	.446*	.510**	.292	.139	.683**	.043	.282	.447*	.248	.416*	.300	.392*	.492**	.204		
	Sig. (2-tailed)	.268	.113	.865	.023		.217	.013	.004	.118	.463	.000	.823	.132	.013	.187	.022	.108	.032	.006	.280		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
X1.6	Pearson Correlation	.489**	.641**	.224	.139	.232	1	.342	.537**	.303	.558**	.274	.025	.240	.400*	.145	.115	.261	.634**	.340	.194		
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.234	.465	.217		.064	.002	.103	.001	.143	.894	.201	.028	.445	.546	.163	.000	.066	.305		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
X1.7	Pearson Correlation	-.110	-.014	.027	.150	.446*	.342	1	.259	.029	.112	.550**	.117	.124	.201	.226	.335	-.096	.120	.334	.129		

	Sig. (2-tailed)	.563	.942	.886	.429	.013	.064		.167	.881	.554	.002	.539	.516	.286	.230	.071	.615	.528	.071	.498
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.366*	.510**	-.055	.259	.510**	.537**	.259	1	.147	.117	.338	.036	.395*	.408*	.169	.341	.075	.409*	.172	.314
	Sig. (2-tailed)	.047	.004	.775	.167	.004	.002	.167		.438	.538	.068	.851	.031	.025	.373	.065	.695	.025	.363	.091
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.1	Pearson Correlation	.156	.479**	-.033	.315	.292	.303	.029	.147	1	.623**	.352	-.024	.015	.320	.413*	.119	.309	.417*	.243	.003
	Sig. (2-tailed)	.409	.007	.861	.090	.118	.103	.881	.438		.000	.056	.901	.937	.084	.023	.530	.096	.022	.196	.988
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.427*	.407*	.040	.357	.139	.558**	.112	.117	.623**	1	.236	-.081	.180	.360	.320	.054	.379*	.575**	.290	.118
	Sig. (2-tailed)	.019	.026	.835	.053	.463	.001	.554	.538	.000		.209	.672	.342	.051	.085	.777	.039	.001	.120	.535
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.123	.174	-.143	.324	.683**	.274	.550**	.338	.352	.236	1	.107	.270	.313	.328	.382*	.211	.241	.430*	.310
	Sig. (2-tailed)	.517	.358	.450	.081	.000	.143	.002	.068	.056	.209		.574	.150	.092	.076	.037	.263	.199	.018	.096
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.065	-.083	.378*	.356	.043	.025	.117	.036	-.024	-.081	.107	1	.143	.171	.256	.069	.051	-.002	.091	.174
	Sig. (2-tailed)	.731	.662	.040	.053	.823	.894	.539	.851	.901	.672	.574		.450	.365	.172	.717	.789	.991	.631	.357
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X3																
X3.1	Pearson Correlation	.553**	.381*	.101	.148	.282	.240	.124	.395*	.015	.180	.270	.143	1	.57	
	Sig. (2-tailed)	.002	.038	.597	.434	.132	.201	.516	.031	.937	.342	.150	.450		.0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X3.2	Pearson Correlation	.557**	.549**	.325	.280	.447*	.400*	.201	.408*	.320	.360	.313	.171	.578**		
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.080	.134	.013	.028	.286	.025	.084	.051	.092	.365	.001		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X3.3	Pearson Correlation	.163	.184	-.136	.499**	.248	.145	.226	.169	.413*	.320	.328	.256	.082	.0	
	Sig. (2-tailed)	.391	.331	.472	.005	.187	.445	.230	.373	.023	.085	.076	.172	.666	.8	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X3.4	Pearson Correlation	.000	.111	-.288	.088	.416*	.115	.335	.341	.119	.054	.382*	.069	.050	.1	
	Sig. (2-tailed)	1.000	.560	.123	.645	.022	.546	.071	.065	.530	.777	.037	.717	.795	.4	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X4.1	Pearson Correlation	.370*	.368*	.200	.278	.300	.261	-.096	.075	.309	.379*	.211	.051	.069	.38	
	Sig. (2-tailed)	.044	.046	.290	.137	.108	.163	.615	.695	.096	.039	.263	.789	.718	.0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X4.2	Pearson Correlation	.723**	.747**	.452*	.195	.392*	.634**	.120	.409*	.417*	.575**	.241	-.002	.377*	.57	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.302	.032	.000	.528	.025	.022	.001	.199	.991	.040	.0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X4.3	Pearson Correlation	.400*	.399*	.022	.205	.492**	.340	.334	.172	.243	.290	.430*	.091	.270	.46	
	Sig. (2-tailed)	.029	.029	.908	.278	.006	.066	.071	.363	.196	.120	.018	.631	.150	.0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
X4.4	Pearson Correlation	.091	.044	.203	.319	.204	.194	.129	.314	.003	.118	.310	.174	.350	.1	

	Sig.	(2-tailed)	.633	.817	.281	.086	.280	.305	.498	.091	.988	.535	.096	.357	.058	.519	.9
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1	Pearson Correlation		.600**	.565**	.248	.265	.290	.593**	-.020	.651**	.186	.400*	.077	.245	.449*	.405*	.1
	Sig.	(2-tailed)	.000	.001	.186	.158	.120	.001	.915	.000	.325	.028	.686	.192	.013	.027	.4
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation		.315	.324	.324	.454*	.338	.441*	.149	.447*	.231	.439*	.114	.324	.437*	.531**	.1
	Sig.	(2-tailed)	.090	.081	.081	.012	.068	.015	.431	.013	.218	.015	.549	.081	.016	.003	.5
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation		.366*	.303	.595**	.069	.273	.239	.237	.268	-.107	-.065	.297	.448*	.168	.361*	-.1
	Sig.	(2-tailed)	.047	.104	.001	.715	.144	.204	.207	.152	.575	.735	.111	.013	.376	.050	.5
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation		.646**	.621**	.397*	.102	.228	.645**	.230	.243	.285	.522**	.134	.046	.365*	.531**	.2
	Sig.	(2-tailed)	.000	.000	.030	.590	.226	.000	.221	.196	.127	.003	.479	.811	.047	.003	.1
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation		.641**	.658**	.376*	.513**	.631**	.637**	.401*	.566**	.422*	.523**	.561**	.328	.527**	.712**	.38
	Sig.	(2-tailed)	.000	.000	.041	.004	.000	.000	.028	.001	.020	.003	.001	.076	.003	.000	.0
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran 3. Pengujian Reliabilitas

Notes		
Output Created		31-JAN-2021 17:12:57
Comments		
Input	Data	C:\Users\User\Documents\ranggi\IV\THEORY_OF_PLANNEDTINGKAH_LAKUBBM\SEMHAS\spss_data_TPBranggi\validitas ok.sav
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 Y1 Y2 Y3 Y4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.03

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	86.70	148.976	.604	.880
X1.2	86.83	147.937	.620	.880
X1.3	87.63	150.585	.289	.888
X1.4	87.13	146.120	.435	.884
X1.5	87.03	147.551	.587	.880
X1.6	86.57	150.185	.603	.881
X1.7	87.13	149.637	.314	.888
X1.8	86.43	152.185	.532	.883
X2.1	87.47	153.913	.377	.885
X2.2	87.27	153.513	.489	.884
X2.3	87.20	147.683	.504	.882
X2.4	89.07	153.857	.261	.888
X3.1	86.70	146.976	.458	.883
X3.2	87.13	142.671	.667	.877
X3.3	87.33	150.989	.309	.887
X3.4	87.73	150.478	.287	.889
X4.1	87.40	146.248	.454	.883
X4.2	87.10	139.886	.745	.875
X4.3	87.87	141.223	.582	.879
X4.4	87.57	149.495	.346	.886
Y1	86.53	149.913	.619	.881
Y2	86.90	147.334	.639	.879
Y3	88.07	146.961	.442	.884
Y4	86.97	145.689	.681	.878

Lampiran 4. Pengujian T

Notes		
Output Created		31-JAN-2021 17:46:05
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	560
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=GROUP(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=X1 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.03

Group Statistics

	GROUP	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATTITUDE	X1	280	4.176	.4365	.0261
	Y	280	4.032	.5861	.0350

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
ATTI	Equal variances assumed	14.012	.000	3.292	558
TUDE	Equal variances not assumed			3.292	515.6
					70

Notes

Output Created	31-JAN-2021 17:51:37	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	560
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	<pre>T-TEST GROUPS=GROUP2(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=X2 /CRITERIA=CI(.95).</pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.05

Group Statistics					
	GROUP2	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
NORM	X2	280	3.448	.5232	.0313
	Y	280	4.032	.5861	.0350

Independent Samples Test

		Levene's Test for		t-test for	
		Equality of		Equality of	
		Variances		Means	
		F	Sig.	t	df
NO	Equal variances	3.003	.084	-	558
	RM assumed			12.43	7
Equal variances not assumed				-	550.9
				12.43	63
					7

Notes

Output Created	31-JAN-2021 17:54:28
Comments	
Input	Active Dataset: DataSet1 Filter: <none> Weight: <none> Split File: <none> N of Rows in Working Data File: 560
Missing Value Handling	User defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.

Syntax	T-TEST GROUPS=GROUP3(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=X3 /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.06

Notes

Output Created	31-JAN-2021 18:17:55	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	560
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST GROUPS=GROUP3(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=X3 /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.16

Group Statistics

	GROUP3	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CONTROL	X3	280	3.882	.6520	.0390
	Y	280	4.032	.5861	.0350

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	F	Sig.	t-test for Equality of Means	
				t	df
CONT ROL	Equal variances assumed	4.284	.039	- 2.863	558
	Equal variances not assumed			- 2.863	551.7 76

Notes

Output Created	31-JAN-2021 18:36:22	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	560
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST GROUPS=GROUP4(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=X4 /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.06

Group Statistics

	GROUP4	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
INTENTION	X4	280	3.703	.5618	.0336
	Y	280	4.032	.5861	.0350

Independent Samples Test

		Levene's Test for		t-test for	
		Equality of		Equality of	
		Variances		Means	
		F	Sig.	t	df
INTEN	Equal variances	.264	.608	-	558
	assumed			6.791	
TION	Equal variances			-	557.0
	not assumed			6.791	04

Lampiran 5. Pengujian Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.650	.214		3.038	.003
	ATTITUDE	-.011	.048	-.016	-.237	.812
	NORM	-.048	.041	-.078	-1.179	.239
	COTROL	-.010	.031	-.021	-.324	.746
	INTENTION	-.007	.039	-.012	-.181	.857

a. Dependent Variable: Abs_RES

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.2735	.4453	.3719	.03093	280
Residual	-.40462	1.05142	.00000	.31837	280
Std. Predicted Value	-3.182	2.373	.000	1.000	280
Std. Residual	-1.262	3.279	.000	.993	280

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 6. Pengujian Normalitas

Notes		
Output Created		31-JAN-2021 19:20:29
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax	NPART TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02
	Number of Cases Allowed ^a	786432

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.39340730
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.105
	Negative	-.117
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 7. Pengolahan Regresi Linier Berganda

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
		.	
1	INTENTION, NORM, CONTROL, ATITITUDE ^b		Enter

a. Dependent Variable: TINGKAH LAKU

b. All requested variables entered.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
			.	
1	.806 ^a	.649	.593	.42371

a. Predictors: (Constant), INTENTION, NORM, CONTROL, ATITITUDE

b. Dependent Variable: TINGKAH LAKU

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.303	4	2.076	11.562	.000 ^b
	Residual	4.488	25	.180		
	Total	12.792	29			

a. Dependent Variable: TINGKAH LAKU

b. Predictors: (Constant), INTENTION, NORM, CONTROL, ATITUDE

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	.434	.648			.669	.509		
	ATITUDE	.683	.221	.557	3.089	.005	.431		
	NORM	-.078	.214	-.058	-.364	.719	.552		
	CONTROL	-.051	.156	-.054	-.326	.748	.504		
	INTENTION	.319	.134	.398	2.369	.026	.498		

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	ATTITUDE	NORM
1	1	4.944	1.000	.00	.00	.00
	2	.027	13.562	.16	.00	.02
	3	.015	18.448	.17	.01	.00
	4	.009	23.138	.24	.01	.94
	5	.006	29.868	.43	.98	.03
						.05

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.8926	4.7724	3.9167	.53509	280
Residual	-.89262	.82806	.00000	.39341	280
Std. Predicted Value	-1.914	1.599	.000	1.000	280
Std. Residual	-2.107	1.954	.000	.928	280

a. Dependent Variable: TINGKAH LAKU

Lampiran 6. One Way Anova

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables	
		Removed	Method
1	X4.4, X4.2, X1.3, X1.4, X4.1, X3.4, X2.4, X2.3, X2.1, X3.1, X1.6, X1.7, X3.2, X1.8, X3.3, X4.3, X1.1, X1.5, X1.2, X2.2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
			Square	
1	.702 ^a	.493	.454	.43478

a. Predictors: (Constant), X4.4, X4.2, X1.3, X1.4, X4.1, X3.4, X2.4, X2.3, X2.1, X3.1, X1.6, X1.7, X3.2, X1.8, X3.3, X4.3, X1.1, X1.5, X1.2, X2.2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.594	20	2.380	12.589	.000 ^b
	Residual	48.959	259	.189		
	Total	96.553	279			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4.4, X4.2, X1.3, X1.4, X4.1, X3.4, X2.4, X2.3, X2.1, X3.1, X1.6, X1.7, X3.2, X1.8, X3.3, X4.3, X1.1, X1.5, X1.2, X2.2

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.701	.335		2.096	.037
	X1.1	.096	.054	.112	1.760	.080
	X1.2	-.021	.045	-.030	-.459	.647
	X1.3	.053	.032	.087	1.629	.104
	X1.4	.027	.028	.054	.967	.335
	X1.5	.069	.032	.128	2.141	.033
	X1.6	.192	.050	.194	3.810	.000
	X1.7	.044	.024	.090	1.837	.067
	X1.8	.128	.038	.177	3.388	.001
	X2.1	-.151	.046	-.206	-3.287	.001
	X2.2	.156	.051	.204	3.038	.003
	X2.3	-.070	.032	-.113	-2.155	.032

X2.4	.010	.026	.020	.402	.688
X3.1	-.018	.038	-.024	-.474	.636
X3.2	.089	.032	.145	2.791	.006
X3.3	-.061	.028	-.118	-2.190	.029
X3.4	-.035	.025	-.074	-1.370	.172
X4.1	.044	.027	.080	1.647	.101
X4.2	.061	.033	.099	1.818	.070
X4.3	-.017	.025	-.035	-.670	.503
X4.4	.188	.026	.371	7.333	.000

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.7957	4.8385	4.0339	.41302	280
Residual	-1.11012	1.03985	.00000	.41890	280
Std. Predicted Value	-2.998	1.948	.000	1.000	280
Std. Residual	-2.553	2.392	.000	.963	280

a. Dependent Variable: Y

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Y * X1.1	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X1.2	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X1.3	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X1.4	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X1.5	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X1.6	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X1.7	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X1.8	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X2.1	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X2.2	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X2.3	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X2.4	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X3.1	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X3.2	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X3.3	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X3.4	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X4.1	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X4.2	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X4.3	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%
Y * X4.4	280	100.0%	0	0.0%	280	100.0%

