

NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU SEBAGAI PENENTU NIAT BELI ULANG PADA KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN AURAKU SKIN SOLUTION KOTA CIMAH

Nadia Tettyavi Najela¹, Rizki Zulfikar²

Nadianajelaaa@gmail.com¹, Rizki_zoel@yahoo.com²

Program, Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Komputer Indonesia, Bandung Indonesia

ABSTRACT

This research was conducted, to find out how much the determinants of Subjective Norms and Behavioral Control Perceptions as Determinants of Repurchase Intention in Auraku Skin Solution Consumers at Cimahi City. The populations used by this study is the number of consumers of the Auraku Skin Solution Cimahi/City beauty clinic which is 100 consumers. This analytical method used is descriptive and verification analysis consisting of linear regression analysis, T test, F test, and the coefficient of determination that can be used to measure the magnitude of Subjective Norms and Behavioral Control Perceptions as Determinants of Repurchase Intention. The results show a descriptive analysis of the Subjective Norms and Behavior Control Perception variables as determinants of Repurchase Intention have quite good categories. For verification analysis, it is explained that Subjective Norms are partially significant determinants of Repurchase Intentions and Behavioral Control Perceptions are partially significant determinants of Repurchase Intention.

Keyword : Subjective Norms, Perception of Behavior Control, Repurchase Intention

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar penentu Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku sebagai penentu Niat Beli Ulang Pada Konsumen Klinik Kecantikan Auraku Skin Solution Kota Cimahi. Populasi yang dipakai oleh penelitian ini dari jumlah konsumen klinik kecantikan Auraku Skin Solution Kota Cimahi yaitu sebanyak 100 konsumen. Metode analisis ini yang dipakai adalah analisis deskriptif dan verifikatif yang terdiri dari analisis regresi linear, uji T, uji F, dan koefisien determinasi yang dapat digunakan untuk mengukur besarnya Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku sebagai penentu Niat Beli Ulang. Hasilnya menunjukkan penelitian analisis deskriptif variabel Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku sebagai penentu Niat Beli Ulang memiliki kategori cukup baik. Untuk analisis verifikatif dijelaskan bahwa Norma Subjektif secara parsial penentu signifikan terhadap Niat Beli Ulang dan Persepsi Kontrol Perilaku secara parsial penentu signifikan terhadap Niat beli Ulang.

Kata Kunci : Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku dan Niat Beli Ulang.

PENDAHULUAN

Pada era saat ini klinik kecantikan berkembang pesat di Indonesia. Seperti yang dapat kita ketahui bahwa kebutuhan manusia sekarang itu tidak terbatas, apabila sudah terpenuhi kebutuhan yang satu maka timbul kebutuhan yang lain. Begitu juga dengan meningkatkannya kebutuhan manusia terutama kebutuhan mempercantik diri baik wanita maupun pria sudah menjadi hal yang biasa untuk merawat diri, maka bisnis di bidang klinik kecantikan makin berkembang.

Perkembangan jaman industry kosmetik di Indonesia sangat pesat karena kaum perempuan kebanyakan sudah menyadari bahwa dengan mereka merawat atau menjaga tubuhnya yang baik memperoleh kesempatan baik di dunia kerja ataupun yang lainnya. Sehingga kondisi ini akan menjadi penetrasii pasar industry *Skin Care* di Indonesia telah mencapai 70 persen.

Target pasar klinik Auraku adalah perempuan khususnya masyarakat Kota Cimahi kalangan menengah kebawah usia 18 tahun ke atas yang ingin melakukan perawatan menggunakan obat dokter yang disertai konsultasi. Saat ini pelanggan klinik Auraku pusat telah lebih dari pelanggan yang 10% diantaranya adalah laki-laki dan juga berasal dari luar Kota Cimahi. Setiap harinya klinik Auraku pusat ini memiliki pengunjung rata-rata hingga 200 pelanggan perbulan, baik untuk konsultasi, melakukan facial atau spa, maupun hanya sekedar membeli produk. Maka pada saat ini klinik Auraku Skin Solution mengalami penurunan konsumen. (*Sumber : Owner Auraku Skin Solution Cimahi*)

Maka penulis mengambil judul “Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Sebagai Penentu Niat Beli Ulang Pada Konsumen Klinik Kecantikan Auraku Skin Solution Cimahi” yang telah dijelaskan sebelumnya, dan identifikasi masalah yang dapat disimpulkan bahwa Para konsumen klinik kecantikan Auraku Skin Solution tidak menerapkan Norma Subjektif yang baik, seperti sebagian para konsumen tidak mengetahui informasi dari teman ataupun keluarganya. Sebagian besar para konsumen mengenai Persepsi Kontrol Perilaku di klinik kecantikan Auraku Skin Solution tidak merasakan kesulitan untuk melakukan perawatan. Para konsumen mengenai Niat Beli Ulang di Auraku Skin Solution, tidak berniat untuk mencoba melakukan perawatan yang lain karna sudah merasakan jenis perawatan yang dilakukan.

KAJIAN PUSTAKA

Norma Subjektif

Menurut **Ajzen (2005)** dalam penelitian **Raeni Dwi Santy (2018:3)** menyatakan “Tekanan sosial individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang menjadi persepsinya”.

Menurut **Angelina & Japariato (2014:13)** mengemukakan dasar indikator dari norma subjektif ada dua yaitu :

1. Keyakinan Normatif (*Normatif Belief*)
2. Motivasi Mematuhi (*Motivation to Comply*)

Persepsi Kontrol Perilaku

Menurut **Ajzen (2009, p20)** mengemukakan “Dimana ada individu yang merasakan faktor pendukung dan sedikitnya faktor penghambatan untuk bisa lakukan suatu perilaku, maka lebih besar kontrol yang individu rasakan atas perilaku tersebut, dan juga begitu sebaliknya, jika sedikit individu merasakannya, faktor pendukung dan banyaknya faktor penghambatan untuk dapat lakukan suatu perilaku, maka individu akan mempersepsikan dirinya sulit untuk lakukan perilaku tersebut”

Menurut **Ajzen (2009, p20)** menjelaskan indikator persepsi kontrol perilaku terdapat 2 yaitu :

1. *Control beliefs*
2. *Perceived power*

Niat Beli Ulang

Menurut **Kotler (2011:23)** mengemukakan “perilaku konsumen menentukan niat beli konsumen. Proses konsumen untuk melakukan pembelian sebuah hasil pendekatan dan terdiri dari lima tahapan untuk penyesuaian masalah yang dilalui konsumen”.

Menurut **Ferdinand (2009:129)** bahwa ada empat indikator yaitu :

1. Niat, Transaksional
2. Niat, Referensial
3. Niat, Preferensial
4. Niat, Eksporlatif

Sub Hipotesis :

H1 : Variabel Norma Subjektif sebagai penentu Niat Beli Ulang

H2 : Variabel Persepsi Kontrol Perilaku sebagai penentu Niat beli Ulang

Hipotesis Utama :

Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku sebagai penentu Niat Beli Ulang

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Objek penelitian adalah atribut ataupun sifat, nilai dari orang, kegiatan yang mempunyai variabel tertentu dapat ditetapkan oleh peneliti agar dipelajari dan kemudian disimpulkannya (**Sugiyono, 2011:38**). Objek penelitian ini Norma Subjektif (X1) dan Persepsi Kontrol Perilaku (X2) variabel bebas, dan Niat Beli Ulang (Y) sebagai variabel terikat.

Metode Penelitian

Metode penelitian dilakukan penulis tidak akan lepas dari tentang penelitian yang telah diatur menurut sisternatis yang ada. Menurut **Sugiyono (2010:5)** adalah “Cara ini untuk bisa mendapatkan

data yang sudah valid dapat tujuan ayar diketahui, dikernbangkan dan juga dapat dibuktikan, untuk mengantisipasi permasalahan dalam bidang bisnis”.

TEKNIK PENENTUAN DATA

Populas dan Sampel

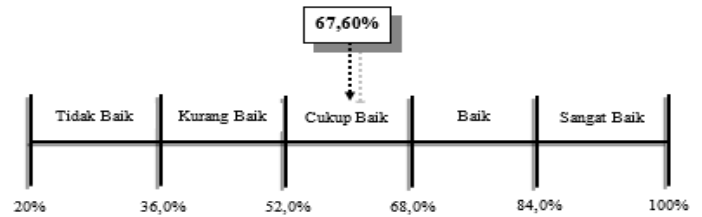
Populasi dalam penelitian ini adalah konsmuen klinik kecantikan Auraku Skin Solution yang berjumlah 1.297 orang. Sampel dalam penelitian ini mempegunakan teknik *slovin* dengan melihiat jumlah konsumen dalam 6 bulan terakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Norma Subjektif

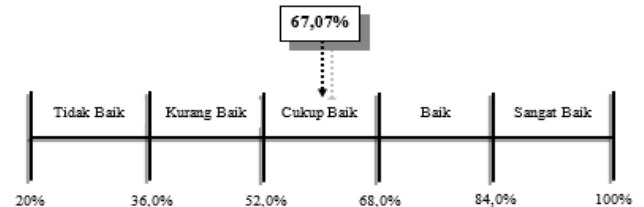
No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	(%)	Kriteria
1	Pengaruh Keluarga	1	328	500	65,60%	Cukup Baik
2	Pengaruh Teman	1	330	500	66,00%	Cukup Baik
3	Motivasi untuk memenuhi saran dari keluarga	1	343	500	68,60%	Baik
4	Motivasi untuk memenuhi saran dari teman	1	351	500	70,20%	Baik
Total		4	1352	2000	67,60%	Cukup Baik



Dilihat dari keseluruhan norma subjektif mendapatkan skor tanggapan responden dengan 67,60% dimana jika melihat dari kriteria menurut **Umi Narimawati (2009:84)** tergolong pada kategori Cukup Baik.

Persepsi Kontrol Perilaku

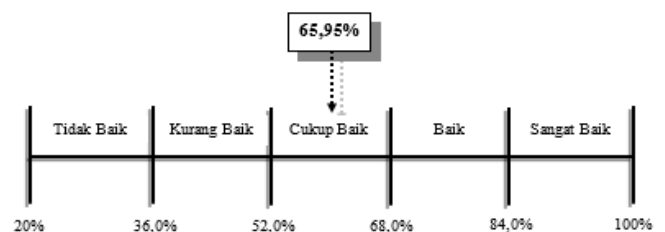
No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	(%)	Kriteria
1	Pengalaman masa lalu	1	347	500	69,40%	Baik
2	Memiliki informasi	1	341	500	68,20%	Baik
3	Kemudahan kontrol	1	318	500	63,60%	Cukup Baik
Total		3	1006	1500	67,07%	Cukup Baik



Dilihat dari keseluruhan perspesi.kontrol perilaku mendapatkan skor tanggapan respnoden dengan 67,07% dimana jika dilihat.dari kriteria **Umi Narimawati (2009:84)** tergolong pada kategori Cukup Baik.

Niat Beli Ulang

No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	(%)	Kriteria
1	Niat Transaksional	1	313	500	62,60%	Cukup Baik
2	Niat Referensial	1	310	500	62,00%	Cukup Baik
3	Niat Prefersial	1	351	500	70,20%	Baik
4	Niat Eksploratif	1	345	500	69,00%	Baik
Total		4	1319	2000	65,95%	Cukup Baik



Dilihat dari keseluruhan niat beli ulang mendapatkan skor tanggapan responden dengan 65,95% dimana jika dilihat dari kriteria **Umi Narimawati (2009:84)** tergolong pada kategori Cukup Baik.

Persamaan Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,669	,681		3,918	,000
	Norma Subjektif (X1)	,340	,093	,380	3,644	,000
	Persepsi Kontrol Perilaku (X2)	,483	,111	,453	4,347	,000

a. Dependent Variable: Niat Beli Ulang (Y)

$$Y = 2,669 + 0,340X_1 + 0,483X_2$$

Kalo diperhatikan dari persamaan dapat diperoleh bahwa dimana norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terjadi peningkatan semakin baik maka di prediksi niat beli ulang akan ikut semakin baik. Ditingkatkan dalam arti apabila indikator Norma Subjektif yaitu keyakinan normatif dan motivasi mematuhi yang semakin tinggi didapatkan oleh konsumen, maka konsumen tersebut semakin ingin memiliki atau memutuskan untuk membeli kembali produk atau jasa di klinik kecantikan Auraku Skin Solution. Begitu pula dengan Persepsi Kontrol Perilaku, apabila indikator keyakinan kontrol dan kekuatan kontrol semakin dirasakan pula oleh konsumen maka Niat beli ulang akan meningkat.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji asumsi klasiks adalah persyaratan sebelum melakukan regresi, sebelum melakukan regresi ada 3 tahap atau yang harus diujikan agar dapat memenuhi syarat untuk dilakukannya uji regresi berganda

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,000
	Std. Deviation	1,553
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,047
	Negative	-,035
Kolmogorov-Smirnov Z		,466
Asymp. Sig. (2-tailed)		,982

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Regresi itu yang baik adalah regresi yang mempunyai data yang berdistribusi normal dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya diatas 0,5 pada data diatas diketahui bahwa nilai signifikansi 0,982 dapat dikatakan data tersebut normal.

Uji Multi Kolinearitas

Regresi yang baik adalah regresi yang tidak hanya mempunyai hubungan antara variabel bebasnya, dalam uji ini akan lebih menjelaskan hubungan antara variabel bebas (X1) dan (X2) apakah terdapat hubungan atau tidak. Apabila dilihat dari tabel dibawah ini nilai tolerance kedua variabel bebas lebih dari 0,10 dan nilai VIF nya kurang dari 10

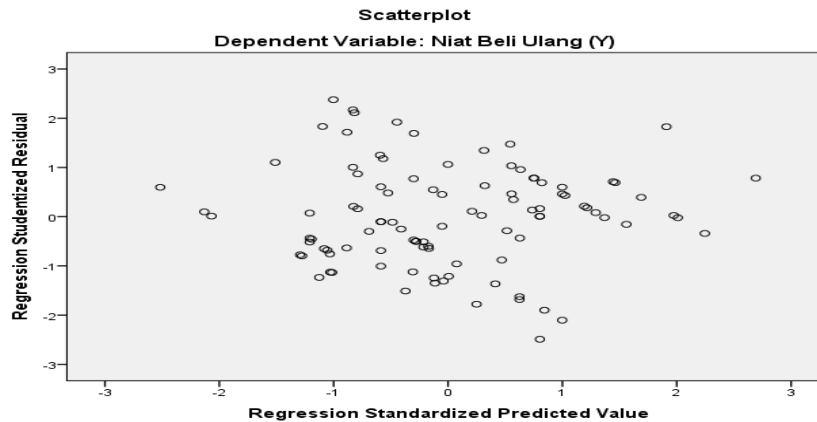
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Norma Subjektif (X1)	,353	2,832
	Persepsi Kontrol Perilaku (X2)	,353	2,832

a. Dependent Variable: Niat Beli Ulang (Y)

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian regresi yang baik adalah regresi yang memiliki data yang beragam dan tidak hanya memiliki data yang menumpuk pada satu jawaban tujuann uji ini adalah mengetahui apakah data yang digunakan menyebar atau tidak. Apabila dilihat dari gambar dibawah inii ditarik garis membaggii empat bagian maka dapat terlihat penyebaran titiik-titik tersebut akan berada pada empat bagian tersebut.



ANALISIS KOEFISIEN KORELASI (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 ^a	,627	,620	1,569100

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku (X2), Norma Subjektif (X1)

b. Dependent Variable: Niat Beli Ulang (Y)

Dari tabel diatas dilihat bahwa hubungan antiara norma subjektif dan perspsi kontrol perilaku dengan nait belli ulang adalah sebeasr 0,792. Nilai 0.792 menurut Sugiyono (2017:184) berada pada interval 0,60-0,799 termasuk kategori kuat.

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (r^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,792 ^a	,627	,620	1,569100

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku (X2), Norma Subjektif (X1)

b. Dependent Variable: Niat Beli Ulang (Y)

Dari tabel diatas dilihat bahawa norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku bersama-sama sebagai penentu terhadap niat beli ulang klinik kecantikan Auraku Skin Solution Kota Cimahi sebesar 62,7% sedangkan sisanya 37,3% merupakan penentu kontribusi dari variabel lain.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	401,999	2	201,000	81,638	,000 ^b
	Residual	238,821	97	2,462		
	Total	640,821	99			

a. Dependent Variable: Niat Beli Ulang (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku (X2), Norma Subjektif (X1)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa secara simultan norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sebagai penentu signifikan terhadap niat beli ulang konsumen. Hal ini dikarenakan Fhitung yang didapat adalah 81,638 lebih besar dari Ftabel yang bernilai 3,090

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,669	,681		3,918	,000
	Norma Subjektif (X1)	,340	,093	,380	3,644	,000
	Persepsi Kontrol Perilaku (X2)	,483	,111	,453	4,347	,000

a. Dependent Variable: Niat Beli Ulang (Y)

Jika dilihat secara parsial norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sebagai penentu signifikan positif terhadap niat beli ulang klinik kecantikan Auraku Skin Solution Kota Cimahi. Hal ini dikarenakan Thitung yang di dapat pada variabel norma subjektif adalah 3,644. Dan pada variabel persepsi kontrol perilaku adalah 4,347 melebihi dari Ttabel dari masing-masing variabel tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Maka berdasarkan penjabaran dan teori dan konsep yang mendukung penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Norma subjektif pada konsumen klinik kecantikan Auraku Skin Solution Cimahi masih tergolong cukup memenuhi dengan persentase (*gap*) yang menunjukkan bahwa pada variabel tersebut masih dianggap belum maksimal dan perlu diperbaiki kembali. Hal ini ditandai dengan nilai tertinggi pada indikator keyakinan normatif dimana konsumen Auraku Skin Solution memenuhi saran dari teman dibandingkan saran dari keluarga.
2. Persepsi kontrol perilaku pada konsumen klinik kecantikan Auraku Skin Solution Cimahi masih tergolong cukup mudah dengan persentase (*gap*) yang menunjukkan bahwa pada variabel tersebut masih dianggap belum maksimal dan perlu diperbaiki kembali. Hal ini ditandai dengan nilai tertinggi pada indikator keyakinan kontrol dimana sebagian besar responden merasakan pengalaman masa lalunya dalam melakukan perawatan kulit wajah.
3. Niat beli ulang pada konsumen klinik kecantikan Auraku Skin Solution Cimahi masih tergolong cukup niat dengan persentase (*gap*) yang menunjukkan bahwa pada variabel tersebut masih dianggap belum maksimal dan perlu diperbaiki kembali. Hal ini ditandai dengan nilai tertinggi pada indikator Niat preferensial dimana sebagian besar responden mempunyai selera atau kebutuhan untuk melakukan perawatan kulit wajah yang diinginkan.
4. Baik secara simultan maupun secara parsial norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sebagai penentu signifikan terhadap niat beli ulang pada konsumen Klinik Kecantikan Auraku Skin Solution Kota Cimahi.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan mengenai pengaruh norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli ulang pada konsumen klinik kecantikan Auraku Skin Solution Kota Cimahi,, selanjutnya penulis akan memberi beberapa saran yang dapat digunakan :

1. Pada norma subjektif, klinik kecantikan Auraku Skin Solution diberikan fokus pada indikator pengaruh keluarga disarankan adalah diharapkan klinik kecantikan Auraku Skin Solution sering melakukan komunikasi yang baik antara pegawai dengan pelanggan agar memperkuat citra baik, kenyamanan dan menarik minat konsumen.
2. Pada persepsi kontrol perilaku klinik kecantikan Auraku Skin Solution diberikan fokus pada indikator kemudahan kontrol, disarankan kepada klinik kecantikan Auraku Skin Solution memberikan discount ataupun kemudahan untuk melakukan reservasi agar memudahkan konsumen supaya tidak lama menunggu.
3. Niat beli ulang klinik kecantikan Auraku Skin Solution diberikan fokus pada indikator niat transaksional, disarankan kepada klinik kecantikan Auraku Skin Solution memberikan banyak discount dan voucher secara berkala, untuk konsumen yang baru ataupun yang sudah lama agar mereka tertarik dan datang kembali untuk melakukan perawatan.

4. Pencapaian Niat Beli Ulang yang dipengaruhi Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku dapat dikategorikan cukup baik, pada kondisi ini klinik kecantikan Auraku Skin Solution harus bisa memperhatikan beberapa faktor lain yang berpengaruh pada niat beli ulang konsumen.

Daftar Pustaka

- Anggelina, J.P.J., Japarianto, E. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, *subjective norms* and *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention* pelanggan SOGO Department. Store's di tanjung plaza. Surabaya Jurnal, Strategi, Pemasaran, Vol. 2.
- Andryani, Kurniawati. (2015). "Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control Pelanggan Non Muslim Terhadap Intention To Purchase". Seminar Nasional Cendekiawan ISSN: 2460-8696, pp. 674-681
- Fishbein, Martin & Icek Ajzen. (1988). Attitude personality, and behavior. London: Addison-Wesley Publishing-Company..
- Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan Yogyakarta-Andi
- Raeni Dwi Santy (2018). *Can Attitude, Subjective Norms and Behavioral Control Perceptions Influence The Visitors Interest in Buying at Departement Store in Bandung*. Vol 225
- Sherly Pangestika & Klemens Wedanaji Prasetyo (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang DiPersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen Di DKI Jakarta ISSN : 1410-9875, Vol 19, No 1a Hlm, 249-255.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung Alfabeta
- Umi Nariimawati, Sri Dewi Anggadiini & Linna Ismawati 2011. Penulisan Karya Ilmiah Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi pada Fakultas Ekonomi UNIKOM.

Sumber dari internet :

<http://jabarprov.go.id/newa/228955/2019/05/09/Pasar-Industri-Skin-Care-di-Indonesia-Capai-70-persen>