

ABSTRACT

MANDY SOLID

03011210083

THE INFLUENCE OF SUBJECTIVE NORMS AND PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TOWARDS PURCHASE INTENTION WITH ATTITUDE AS THE INTERVENING VARIABLE: A CASE STUDY OF ZARA MEDAN

(xvi+115 pages; 3 figures; 29 tables; 8 appendixes)

In today's competitive fast fashion industry, companies must navigate various challenges to maintain consumer purchase intention. Zara Medan has been facing diminishing consumer purchase intention that was suspected to be due to negative subjective norms and low perceived behavioral control. These factors lead to the unfavorable shifts in consumers' attitude towards Zara, which in turn contributes to lower consumers' intention to purchase Zara's offerings. The purpose of this research is to investigate the influence of Subjective Norms (X_1) and Perceived Behavioral Control (X_2) on Purchase Intention (Y) with Attitude (Z) as the intervening variable at Zara Medan.

This research applies a quantitative approach, and data collection employs non-probability sampling technique known as purposive sampling. The research data was collected from questionnaires distribution through Google Forms with a total of 100 respondents who have met the sampling criteria. This research utilized Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) analysis method with SmartPLS 4 to assess the relationship between variables in the research.

The result from the hypothesis test for direct effect showed that both Subjective Norms and Perceived Behavioral Control have positive and significant influence on Attitude at Zara Medan. Attitude and Perceived Behavioral Control have positive and significant influence on Purchase Intention at Zara Medan. However, Subjective Norms have no influence on Purchase Intention at Zara Medan. While the indirect effect test result showed that, both Subjective Norms and Perceived Behavioral Control have positive and significant influence on Purchase Intention through Attitude as mediating.

Keywords: Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Attitude, Purchase Intention

References: 72 (2019-2024)

ABSTRAK

MANDY SOLID

03011210083

PENGARUH NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BELI DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL PENGANTARA: STUDI KASUS ZARA MEDAN

(xvi+115 halaman; 3 figur; 29 tabel; 8 lampiran)

Dalam industri fast fashion yang kompetitif saat ini, perusahaan harus menghadapi berbagai tantangan untuk mempertahankan minat beli konsumen. Zara Medan telah mengalami penurunan minat beli konsumen yang diduga disebabkan oleh norma subyektif negatif dan rendahnya kontrol perilaku yang dirasakan. Faktor-faktor ini menyebabkan pergeseran sikap pelanggan yang tidak menguntungkan terhadap Zara, yang pada akhirnya berkontribusi pada penurunan minat konsumen untuk membeli produk Zara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Norma Subjektif (X_1) dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X_2) terhadap Minat Beli (Y) dengan Sikap (Z) sebagai variabel intervening di Zara Medan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan pengumpulan data menggunakan teknik non-probability sampling yang dikenal dengan purposive sampling. Data penelitian dikumpulkan dari penyebaran kuesioner melalui Google Forms dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang telah memenuhi kriteria pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan metode analisis Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan SmartPLS 4 untuk menilai hubungan antar variabel dalam penelitian.

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung menunjukkan bahwa Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Sikap di Zara Medan. Sikap dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di Zara Medan. Namun Norma Subjektif tidak mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli di Zara Medan. Sedangkan hasil uji pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli melalui Sikap sebagai mediasi.

Kata Kunci: *Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dirasakan, Sikap, Minat Beli*

Referensi: 72 (2019-2024)