

The Influence of Attitude and Subjective Norm Towards The Purchase Intention as Potential Consumer of Mouthwash Product

Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Personal sebagai Konsumen Potensial Produk Obat Kumur

Fea Prihapsara^{1*}, dan Rosyta Velayanti

¹*Program Studi D3Farmasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam*

Universitas Sebelas Maret

*email korespondensi : feapri87@gmail.com

Abstract : *Mouthwash is used by some people to maintain oral hygiene in order to avoid the interference of oral cavity diseases. Theory of Reasoned Action (TRA) is a theory measuring the influence of behavioral and subjective norm regarding someone's perception toward the purchase intention. The objective of this research is to analyze the influence of attitude and subjective norm both partially and simultaneously towards the purchase intention of mouthwash potential consumer. This study is non-experimental descriptive research with the survey method and data collection carried out by cross sectional by using judgemental sampling technique. The population of this research is all of Surakarta society which has been using mouthwash in six month untill March 2013 as the research subject. There are 120 respondents in this research. Data analysis using multiple linier regression to determine the influence of attitude and subjective norm towards the purchase intention. The result of the research shows that consumers attitude partially influences toward mouthwash purchase intention (t-value 0,000), subjective norm partially influences toward mouthwash purchase intention (t-value 0,038), and attitude and subjective norm simultaneously influence toward mouthwash purchase intention that is 36,5% (F-value 0,000).*

Abstrak: Obat kumur digunakan sebagian orang untuk menjaga kebersihan gigi dan mulut agar terhindar dari gangguan penyakit rongga gigi dan mulut. Teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*) merupakan teori yang mengukur pengaruh sikap pada tindakan dan norma subyektif yang menyangkut persepsi seseorang terhadap niat seseorang untuk membeli. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh secara parsial maupun simultan sikap dan norma subyektif terhadap niat beli konsumen potensial produk obat kumur. Penelitian ini merupakan penelitian non ekperimental yang bersifat deskriptif dengan metode survei dan pengambilan data yang dilakukan secara *cross sectional*, dengan teknik *judgemental sampling*. Populasi penelitian ini yaitu seluruh masyarakat di daerah Surakarta dengan subyek penelitian yaitu konsumen di daerah Surakarta yang pernah menggunakan produk obat kumur dalam 6 bulan terakhir pada Maret 2013. Jumlah responden dalam penelitian adalah 120 responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk menentukan pengaruh antara sikap dan norma

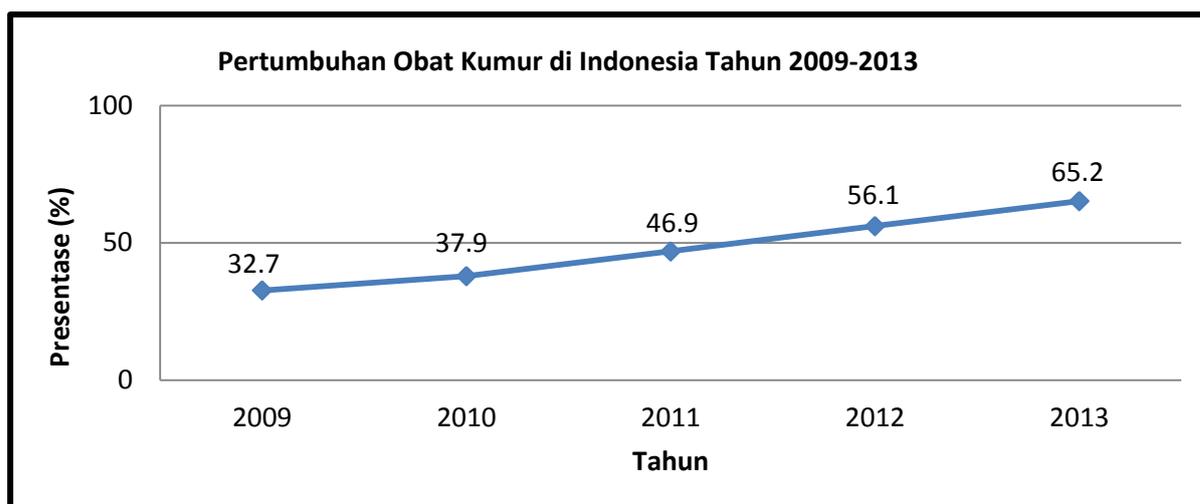
subyektif terhadap niat beli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap konsumen secara parsial berpengaruh terhadap niat beli produk obat kumur (t -value 0,000), norma subyektif secara parsial berpengaruh terhadap niat beli obat kumur (t -value 0,038), dan sikap dan norma subyektif secara simultan berpengaruh terhadap niat beli obat kumur sebesar 36,5% (F -value 0,000).

Keywords: mouthwash, attitude, subjective norm, intention

1. Pendahuluan

Menjaga kebersihan gigi dan mulut adalah suatu upaya agar terhindar dari gangguan penyakit rongga gigi dan mulut. Obat kumur merupakan kategori yang paling baru dalam kategori perawatan kebersihan gigi dan mulut. Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa konsumen tidak menyikat gigi dengan cara yang benar dan waktu yang tepat. Oleh karena itu muncul produk obat kumur sebagai solusi mencegah gangguan penyakit rongga gigi dan mulut (Nareswari, 2010).

Peningkatan penggunaan obat kumur dapat dilihat pada grafik berikut :



Gambar 1. Pertumbuhan Obat Kumur di Indonesia Tahun 2009-2013 (SWA, 2013)

Salah satu teori yang menjelaskan sikap perilaku penggunaan obat kumur yaitu hierarki Maslow mengenai motivasi (Iskandar, 2016). Dorongan perilaku motivasi terlihat dari konsumen yang ingin tampil lebih baik dari orang lain sehingga dapat membuat konsumen melakukan suatu pembelian. Motivasi dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dalam motivasi berasal dari dalam dirinya sendiri dan faktor eksternal berasal dari lingkungannya (Schiffman dan Kanuk, 2008).

Menurut Kotler dan Keller (2008), salah satu kunci sukses dari strategi pemasaran adalah pengembangan produk dan promosi yang sesuai dengan kebutuhan target pasar. Produk yang berhasil nantinya adalah produk yang dapat diterima konsumen dengan harga, atribut dan tampilan yang memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, produsen perlu bertindak sebagai konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen.

Ajzen dan Fishbein (2005) dalam teorinya (*Theory of Reasoned Action*) mengemukakan bahwa tindakan seseorang adalah realisasi dari keinginan atau niat seseorang untuk bertindak. Faktor yang mempengaruhi niat adalah sikap pada tindakan perilaku, dan norma subyektif menyangkut persepsi seseorang, apakah orang lain yang dianggap penting akan mempengaruhi perilakunya (Dharmmesta dan Irawan, 2008).

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian non ekperimental yang sifatnya deskriptif dengan metode survei dan pengambilan data yang dilakukan secara *cross sectional*.

2.2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menggunakan lembar kuesioner berupa pertanyaan tertutup dengan beberapa pilihan jawaban yang tersusun secara skala *Likert*.

2.3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner di Kecamatan Jebres, Surakarta, yang dilaksanakan selama bulan Maret 2013.

2.4. Subyek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk obat kumur di Kota Surakarta. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan produk obat kumur dalam 6 bulan terakhir pada Maret 2013. Teknik pengambilan responden yang digunakan adalah *judgemental sampling*. Jumlah responden yang representatif menurut Ferdinand (2006), adalah tergantung pada jumlah indikator dikalikan rentang 5-10. Sehingga, jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 12, maka dari perhitungan diperoleh jumlah responden yang representatif sebanyak 120 responden.

2.5. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diperoleh dari pengisian responden konsumen yang pernah menggunakan obat kumur dalam 6 bulan terakhir pada Maret 2013.

2.6. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan Skala Likert sebagai instrumen penelitiannya. Sebelum melakukan analisis regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji statistika deskripsi dan uji asumsi klasik (Uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas).

2.6.1 Uji Hipotesis

2.6.1.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien deteminasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

2.6.1.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika $F\text{-hitung} < 0,05$ maka H_a diterima, berarti variabel independen secara keseluruhan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Jika $F\text{-hitung} > 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti variabel independen secara keseluruhan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006).

2.6.1.3 Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara parsial atau individu mempengaruhi variabel dependen. Jika $t\text{ hitung} > t\text{ tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$ maka, H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen. Jika $t\text{ hitung} < t\text{ tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006).

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Deskripsi Responden

Tabel I. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	40	33,3
Perempuan	80	66,7
Jumlah Total	120	100

Responden yang menggunakan obat kumur paling tinggi yaitu perempuan sebesar 66,7%. Hal ini menunjukkan kecenderungan perempuan lebih banyak menggunakan obat kumur dari pada laki-laki.

Tabel II. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Persentase (%)
> 17 tahun	7	5,83
17-25 tahun	104	86,67
26-36 tahun	1	0,83
37-45 tahun	8	6,67
> 45 tahun	0	0
Jumlah Total	120	100

Responden kategori usia remaja (17-25 tahun) cenderung berkeinginan untuk selalu menjaga penampilannya.

Tabel III. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jml	Persentase (%)
Pelajar	7	5,83
Mahasiswa	104	86,67
Pegawai Negeri	6	5,00
Lain-lain	3	2,50
Jumlah Total	120	100

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa mahasiswa mempunyai kecenderungan yang tinggi dalam menggunakan produk obat kumur, yaitu sebesar 86,67%.

Tabel IV. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Pendapatan	Jml	Persentase (%)
< 500rb	68	56,67
500rb - 1 juta	38	31,67
1juta - 1,5 juta	7	5,83
1,5 juta - 2 juta	1	0,83
>2 juta	6	5,00
Jumlah Total	120	100

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa pendapatan responden perbulan pada tingkat <500rb mempunyai jumlah presentase yang tinggi sebesar 56,67%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan responden kurang tinggi namun niat membeli produk obat kumur tinggi.

3.2. Uji Validitas

Indikator dikatakan valid apabila semua indikator dalam variabel mengelompok menjadi satu faktor dan mempunyai nilai muatan faktor > 0,3 (Sugiyono, 2011). Semua indikator dibawah adalah valid dan mengelompok jadi satu faktor tiap variabel dengan nilai muatan faktor > 0,3.

Tabel V. Hasil Uji Validitas

Indikator	Variabel	Rotated Component Matrix ^a		
		1	2	3
Penggunaan obat kumur secara teratur dapat menjaga kebersihan gigi	sikap_1	.756	-.173	.194
Penggunaan obat kumur secara teratur dapat menjaga kebersihan mulut	sikap_2	.772	.082	.091
Penggunaan obat kumur secara teratur dapat mencegah pembentukan plak	sikap_3	.871	.205	.037
Penggunaan obat kumur secara teratur merupakan kebiasaan yang baik	sikap_4	.863	.277	-.030
Penggunaan obat kumur adalah gaya hidup sehat	sikap_5	.665	.159	.339
Penggunaan obat kumur secara teratur karena anjuran keluarga	norma_6	.149	.791	.201

Penggunaan obat kumur secara teratur karena anjuran teman	norma_7	.126	.824	-.062
Penggunaan obat kumur secara teratur karena anjuran tenaga kesehatan	norma_8	.088	.794	.185
Penggunaan obat kumur karena tertarik iklan saat promosi	norma_9	.052	.869	.169
Berencana menggunakan obat kumur secara teratur	niat_10	.155	.288	.838
Berusaha mencoba menggunakan obat kumur secara teratur	niat_11	.114	.095	.912
Berniat menggunakan obat kumur secara teratur	niat_12	.136	.070	.943

3.3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden. Dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *cronbach's alpha based on standardized items* > 0,60 yang pada nilai tersebut merupakan nilai reliabilitas tes secara keseluruhan (Ghozali, 2006). Pada tabel dibawah ini semua variabel memiliki koefisien *cronbach alphabased on standardized items* > 0,60.

Tabel VI. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Item</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha based on Standardized Items</i>	Ket.
Sikap	0,855	0,863	Reliabel
Norma Subyektif	0,840	0,861	Reliabel
Niat	0,915	0,917	Reliabel

3.4. Uji Statistika Deskripsi

Analisis statistik deskripsi digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat persepsi responden atas variabel yang akan diteliti (Ferdinand, 2006). Semakin rendah angka indeks menunjukkan rendahnya persepsi responden atas variabel yang diteliti dalam hal ini sikap, norma subyektif, dan niat. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel VII. Angka Indeks Variabel

Variabel	Range Three Box Methods	Rata-Rata Indeks	Ket.
Sikap	53,34 – 86,67	78,94	Sedang
Norma Subyektif	20,00 – 53,33	45,91	Rendah
Niat	53,34 – 86,67	71,11	Sedang

3.5. Uji Asumsi Klasik

3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji pada regresi berganda, dengan cara mendeteksi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pada *Asymp. Sig. (2-tailed)* menunjukkan $> 0,05$ maka pola distribusi normal, dan regresi berganda memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2006). Berdasarkan hasil uji nilai kolmogrov sebesar 1,095 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,181 > 0,05$ sehingga data dikatakan normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Tabel VIII. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	.76161477
Most Extreme	Absolute	.100
Differences	Positive	.072
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		1.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

3.5.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji pada regresi berganda apabila ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk sikap dan norma subyektif masing-masing sebesar 0,917 dan nilai *VIF* masing-masing sebesar 1,090 serta pada nilai koefisien korelasi antar variabel sikap dan norma subyektif menunjukkan korelasi cukup rendah yaitu sebesar 0,288. Apabila pada variabel memiliki nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai *VIF* > 10 serta nilai koefisien korelasi $> 0,8$ dikatakan terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2006).

Tabel IX. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
1	Sikap	.917	1.090
	Norma	.917	1.090
		Coefficient Correlations ^a	
Model		Norma	Sikap

1	Correlations	Norma	1.000	-.288
		sikap	-.288	1.000
	Covariances	norma	.007	-.003
		sikap	-.003	.013

Dependen Variable: niat

3.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji pada regresi berganda apabila terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila nilai signifikan < 0,05 maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Diperoleh pada tabel dibawah ini nilai signifikan pada sikap 0,599 > 0,05 dan pada norma subyektif 0,065 > 0,05. Maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel X. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
(Constant)	.055	.957
1 LnS	-.527	.599
LnN	-1.866	.065

a. Dependen Variable: Ln

3.6. Uji Hipotesis

3.6.1. Uji Determinan (R²)

Uji koefisiensi determinasi (R²) untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa besarnya adjusted Rsquare adalah 0,365 hal ini berarti 36,5% variasi dari niat beli produk obat kumur dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu sikap dan norma subyektif, sedangkan sisanya (100% - 36,5% = 63,5%) dipengaruhi oleh sebab lain dari luar yaitu kontrol perilaku.

Tabel XI. Hasil Uji Koefien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.375	.365	.76810

a. Predictors: (Constant), norma, sikap

b. Dependen Variable: niat

3.6.2. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila signifikan $< 0,05$ dianggap regresi tersebut mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Dari tabel dibawah ini diperoleh hasil nilai F hitung sebesar 35,157 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis (H3) terbukti yakni variabel sikap dan variabel norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur.

Tabel XII. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	F	Sig.
Regression	35.157	.000 ^b
1 Residual		
Total		

a. Dependen Variable: niat

b. Predictors: (Constant), norma, sikap

3.6.3. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (sikap dan norma subyektif) secara parsial dalam menerangkan variabel dependen (niat beli). Apabila signifikan t hitung $< 0,05$ maka dianggap regresi tersebut mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006)

Pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki tingkat signifikan kurang dari 0,05. Hal ini berarti bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel XIII. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constant)	-.063	.950
Sikap	7.172	.000
Norma	2.096	.038

a. Dependen Variable: niat

Hasil perhitungan uji t pada variabel sikap menunjukkan t hitung sebesar 7,127 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis (H1) terbukti yakni sikap secara parsial berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur. pada variabel norma subyektif menghasilkan t hitung sebesar 2,096 tingkat signifikan $0,038 < 0,05$, maka dapat

dikatakan bahwa hipotesis (H2) terbukti yakni norma subyektif secara parsial berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur.

Diskusi

H1 = Diduga sikap konsumen secara parsial berpengaruh terhadap niat beli.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel sikap pada uji t, t hitung sebesar 7,172 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis (H1) terbukti yakni sikap secara parsial berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur.

Sikap merupakan keyakinan individu terhadap suatu obyek. Sikap ini akan mengarah ke perilaku, yang mengukur sampai sejauh mana perilaku yakin atau tidak yakin, suka atau tidak suka. Faktor sikap disini seperti keyakinan, pengetahuan, emosional, dan tingkah laku. Sehingga sikap individu ini akan mempengaruhi keputusannya dalam niat beli. Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Murwanto (2006), dalam penelitiannya pada pasta gigi bahwa sikap konsumen berpengaruh secara parsial terhadap niat beli dengan pengaruh sikap lebih tinggi dari pengaruh norma subyektif. Abrarika (2011), dalam penelitiannya pada shampo bahwa sikap konsumen secara langsung berpengaruh terhadap niat beli dengan pengaruh sikap lebih tinggi dari pengaruh norma subyektif. Jayanti (2012), dalam penelitiannya pada kosmetik bahwa variabel sikap konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat keputusan pembelian kosmetik dengan pengaruh sikap lebih tinggi dari pengaruh norma subyektif.

H2 = Diduga norma subyektif konsumen secara parsial berpengaruh terhadap niat beli.

Berdasarkan pengujian hipotesis variabel norma subyektif uji t, t hitung sebesar 2,096 dengan tingkat signifikan $0,038 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis (H2) terbukti yakni norma subyektif secara parsial berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur.

Norma subyektif merupakan keyakinan konsumen terkait dengan norma-norma yang berhubungan dengan obyek sikap. Obyek sikap disini seperti kepercayaan, pengetahuan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan lain-lain. Norma subyektif ini akan mengukur pengaruh orang lain sampai sejauh mana dalam mempengaruhi keputusannya untuk membeli. Semakin tinggi tingkat pendidikan individu maka semakin positif juga individu itu meyakini gagasan orang lain, sehingga norma inilah yang membentuk norma subyektif dalam dirinya, yang akhirnya akan membentuk perilakunya untuk meyakini suatu obyek.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Murwanto (2006), pada penelitiannya tentang pasta gigi menjelaskan bahwa norma subyektif secara parsial berpengaruh terhadap niat beli dengan perolehan pengaruh norma subyektif yang lebih rendah dari pengaruh sikap. Pada penelitian terdahulu oleh Hanafiyanto (2011), juga sesuai yakni pada produk sabun mandi cair, norma subyektif secara individu berpengaruh signifikan terhadap niat membeli sabun cair dengan perolehan pengaruh norma subyektif yang lebih rendah dari pengaruh sikap. Namun, penelitian ini kurang sesuai pada penelitian Ardiyanti (2008), dalam penelitiannya pada kosmetik bahwa variabel norma subyektif berpengaruh secara nyata terhadap minat pembelian kosmetik dengan pengaruh norma subyektif lebih tinggi dari pengaruh sikap.

H3 = Diduga sikap dan norma subyektif secara simultan berpengaruh terhadap niat beli.

Berdasarkan uji F untuk variabel sikap dan norma subyektif terhadap niat beli didapat nilai F hitung sebesar 35,157 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis (H3) terbukti yakni variabel sikap dan variabel norma subyektif secara simultan berpengaruh terhadap niat beli produk obat kumur dengan pengaruh dari keduanya sebesar 36,5%.

Niat merupakan faktor motivasional yang menghubungkan diri dengan tindakan yang akan dilakukan. Niat dipandang sebagai satu variabel penentu bagi perilaku yang sesungguhnya. Sehingga niat untuk berperilaku ini akan bergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku. Maka semakin kuat niat konsumen untuk melakukan pembelian, semakin besar pula keberhasilan prediksi perilaku tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Murwanto (2006), dalam penelitiannya pada produk pasta gigi, sikap dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat membeli pasta gigi. Penelitian Ardiyanti (2008), pada kosmetik bahwa variabel sikap terhadap perilaku pembelian dan variabel norma subyektif berpengaruh secara nyata terhadap minat pembelian kosmetik searah pada taraf nyata lima persen. Penelitian Hanafiyanto (2011), pada produk sabun mandi cair, sikap dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat membeli sabun cair.

4. Kesimpulan

Pertama sikap secara parsial berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur (*t-value* 0,000). Kedua, norma subyektif secara parsial berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur (*t-value* 0,038). Ketiga sikap dan norma subyektif secara simultan berpengaruh positif terhadap niat beli produk obat kumur sebesar 36,5% (*F-value* 0,000).

Conflicts of Interest

The authors declare no conflict of interest.

Daftar Pustaka

- Abrarika, F., 2011, Analisis Efektivitas Iklan Shampo Sunsluk Soft dan Smooth di Televisi Berdasarkan Consumer Decision Model (CDM), *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ajzen, I., 2005, *Attitudes, Personality, Behavior*, 2nd Edition, Open University Press, Milton-Keynes, England.
- Anonim, 2013, Indek Rata-Rata Industri Toiletries Indonesia Tahun 2009-2013, *Majalah SWA*, Nomor 16/XXV/27 Juli-5 Agustus 2009, SWA Nomor 10/XXVI/12-25 Mei 2010, SWA Nomor 15/XXVII/18-27 Juli 2011.
- Ardianti, T., N., 2008, Analisis Perilaku Konsumen Kota Bogor Terhadap Produk Kosmetik Hijau, *Tesis*, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Dharmmesta, B., S., dan Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta.

- Ferdinand, A., 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, 225-292, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Cetakan ke IV, 45-114, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hanafiyanto, M., 2011, Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Sabun Cair Lux, *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
- Iskandar, 2016, Implementasi Teori Hirarki Kebutuhan Abraham Maslom terhadap peningkatan kinerja pustakawan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khazanah AlHikmah*, 4(1), 24-34.
- Jayanti, A., 2012, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Makassar, *Tesis*, Universitas Hassanudin, Makasar.
- Kotler, P., dan Keller, K., L., 2008, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu*, Edisi Kedua belas, Cetakan Ketiga, 451, Penerbit Indeks.
- Murwanto, S., 2006, Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up, *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Nareswari, A., 2010, Perbedaan Efektivitas Obat Kumur Chlorhexidine Tanpa Alkohol Dibandingkan dengan Chlorhexidine Beralkohol dalam Menurunkan Kuantitas Koloni Bakteri Rongga Mulut, *Skripsi*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Pratiwi, 2007, Gigi Sehat Merawat Gigi Sehari-hari, *Kompas*, Jakarta. Diakses 1 Januari 2013.
- Schiffman dan Kanuk, 2008, *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, PT. Indeks, Jakarta.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung.