



## **APLIKASI TEORI PERILAKU BERALASAN PADA KONSUMEN PRODUK *HAND SANITIZER***

**Fea Prihapsara<sup>1\*</sup> dan Fatimah Dwi Kustati<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> D3 Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret Surakarta

\*email korespondensi: [feapri87@gmail.com](mailto:feapri87@gmail.com)

---

**Abstrak:** Mencuci tangan merupakan ritual yang sederhana dan dapat mengurangi risiko penularan penyakit infeksi hingga 50%. Namun, karena tidak selalu mudah menemukan air bersih dan sabun maka diperkenalkanlah produk *hand sanitizer* untuk mempermudah aktivitas seseorang dalam urusan cuci tangan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari sikap dan norma subyektif baik secara parsial maupun bersamaan terhadap niat beli mahasiswa pada produk *hand sanitizer*.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, berupa penelitian *survey* dengan responden sebanyak 120 mahasiswa yang diambil dengan metode judgemental sampling. Data primer dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi, dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli dengan nilai signifikansi ( $P_{value}$ )  $0,000 < 0,05$ . Norma subyektif secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli dengan nilai signifikansi ( $P_{value}$ )  $0,996 > 0,05$ . Secara bersama-sama sikap dan norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli dengan  $F_{hitung}$  sebesar 13,547 dan signifikansi ( $P_{value}$ )  $0,000 < 0,05$ . Selain itu juga diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,174 yang artinya 17,4% perubahan variabel niat dapat dijelaskan oleh variabel sikap dan norma subyektif.

Kata Kunci: Sikap; Norma Subyektif; Niat Beli; *Hand Sanitizer*

---

## 1. Pendahuluan

Sejalan dengan perkembangan teknologi maka semakin mudahlah aktivitas seseorang, tak terkecuali perihal cuci tangan. Oleh karena itu, produk pembersih tangan tanpa air atau disebut *hand sanitizer* pun diperkenalkan untuk mempermudah aktivitas seseorang dalam urusan cuci tangan. Hal ini dikarenakan produk-produk instan sangatlah praktis dan dapat memberikan solusi cepat dan efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, produk instan seperti *hand sanitizer* juga mudah didapat dan dibawa kemana-mana.

Banyaknya nama paten atau merek *hand sanitizer* yang bermunculan dan mudah dijumpai di pasaran menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat akan produk ini semakin hari semakin meningkat. Bahkan pemakaian antiseptik tangan dalam bentuk sediaan *gel* di kalangan masyarakat menengah ke atas sudah menjadi suatu gaya hidup.

Dalam teori perilaku beralasan yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), dikatakan bahwa sebab terdekat (*proximal cause*) perilaku seseorang pada umumnya adalah mengikuti niat dan tidak akan pernah terjadi tanpa niat karena niat merupakan pengambilan keputusan oleh seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku. Sedangkan niat seseorang itu sendiri dipengaruhi oleh sikap terhadap suatu perilaku yaitu seberapa penting perilaku itu bagi orang tersebut. Sikap dapat pula didefinisikan sebagai suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan (Azwar, 2009).

Selain dipengaruhi oleh sikap, teori ini juga menjelaskan bahwa niat berperilaku dari seseorang juga dipengaruhi oleh sifat-sifat normatif yang merupakan persepsi seseorang tentang apa yang seharusnya ia lakukan menurut orang lain yang dianggapnya penting (Ajzen, 1991).

## 2. Metode Penelitian

Menurut Hasan (2002) populasi adalah totalitas dari semua obyek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Ferdinand (2006) yaitu tergantung pada jumlah indikator dikalikan 5-10. Berdasarkan rumus tersebut, karena jumlah indikator dalam penelitian ini ada 12 dan memilih jumlah sampel maksimal yaitu dikalikan dengan 10, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 120 responden.

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pengambilan secara *judgemental sampling*. *Non probability sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak berdasarkan probabilitas (Hasan, 2002). Sedangkan *judgemental sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan subyektifitas peneliti dengan harapan subjek tersebut akan dapat memberikan informasi yang memadai untuk menjawab pertanyaan penelitian (Arief, 2008).

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Uji Validitas

**Tabel 1.** Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Corelation	Ket
Sikap	Sikap 1	0,915	Valid
	Sikap 2	0,938	Valid
	Sikap 3	0,457	Valid
	Sikap 4	0,395	Valid
	Sikap 5	0,119	Tidak Valid
Norma Subyektif	Norma Subyektif 1	0,550	Valid
	Norma Subyektif 2	0,754	Valid
	Norma Subyektif 3	0,801	Valid
	Norma Subyektif 4	0,785	Valid
Niat Beli	Niat Beli 1	0,209	Tidak Valid
	Niat Beli2	0,383	Valid
	Niat Beli 3	0,806	Valid
	Niat Beli 4	0,72	Valid
	Niat Beli 5	0,256	Tidak Valid

### 4.2. Uji Reliabilitas

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Sikap	0,82	Reliabel
Norma Subyektif	0,735	Reliabel
Niat Beli	0,812	Reliabel

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner sebagai instrumen yang akan kita gunakan mempunyai kevalidan atau kesahihan. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan atau indikator-indikator di dalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Pada penelitian kali ini, uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan 30 responden yang telah memenuhi kriteria inklusi yang ditetapkan oleh peneliti, adapun metode yang digunakan yaitu uji *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menguji apakah indikator - indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah variabel (Ghozali, 2005).

Besarnya nilai *corrected item corelation* yang masuk dalam kriteria adalah lebih besar dari 0,3 (Nawawi, 1998). Dari 14 item pertanyaan, terdapat 11 item pertanyaan yang memiliki skor *corrected item corelation* di atas 0,3 dan dapat dikatakan valid. Selain itu terdapat pula 3 item pertanyaan yang skor *corrected item corelation*nya dibawah 0,3 sehingga dikatakan tidak valid.

Ketidakvalidan pada ketiga indikator di atas disebabkan karena kalimat-kalimat yang ada dalam ketiga indikator tersebut hampir sama maknanya seperti kalimat pada indikator-indikator sebelumnya sehingga menimbulkan kebingungan ketika responden akan menentukan jawabannya. Dengan demikian peneliti memutuskan untuk menghapus pertanyaan sikap<sub>5</sub> dan niat beli<sub>1</sub> serta memodifikasi pertanyaan niat beli<sub>5</sub>. Keputusan untuk memodifikasi pertanyaan niat beli<sub>5</sub> dikarenakan item pertanyaan ini juga memiliki skor *corrected item corelation* yang mendekati 0,3 pada kolom faktor lima yang juga merupakan faktor yang terdiri dari indikator niat beli lainnya.

Uji reliabilitas pada penelitian kali ini dilakukan dengan teknik *one shoot* atau pengukuran sekali saja kemudian diukur korelasi antara jawaban dengan pertanyaannya. Uji statistik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen penelitian ini adalah uji *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) karena skala pengukur sikap yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan jenis skala interval.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan responden sebanyak 30 orang menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,82 untuk variabel sikap, 0,735 untuk variabel norma subyektif, dan 0,812 untuk variabel niat beli. Ketiga nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih tinggi dari persyaratan yang harus dilalui yaitu  $> 0,6$  (Ghozali, 2005), maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator untuk masing-masing variabel dalam instrumen penelitian ini memiliki tingkat konsistensi atau keajegan yang baik bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Uji reliabilitas pada penelitian kali ini menggunakan derajat kepercayaan 95%.

#### 4.3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2001), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel.

Dari hasil kedua variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10 yaitu 1,109 dan nilai *tolerance* 0,902 yang artinya lebih dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

#### 4.4. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data diperlukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model dengan distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001).

Data penelitian kali ini diuji normalitasnya dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test* dan terlihat bahwa nilai K-S sebesar 0,552 dengan nilai signifikansi jauh di atas 0,05 (Ghozali, 2005) yang berarti nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik.

#### 4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Koefisien regresi untuk variabel sikap ( $X_1$ ) sebesar 0,586 dan bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif antara sikap terhadap niat beli mahasiswa. Hal ini juga menunjukkan apabila

variabel sikap meningkat sebesar 1 unit maka niat beli mahasiswa terhadap *hand sanitizer* juga akan meningkat sebesar 0,586 dengan asumsi nilai  $X_2$  konstan.

Sedangkan koefisien regresi untuk variabel norma subyektif ( $X_2$ ) sebesar 0,004 dan bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif antara norma subyektif terhadap niat beli mahasiswa. Hal ini juga menunjukkan apabila variabel norma subyektif ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 unit maka niat beli mahasiswa terhadap *hand sanitizer* juga akan meningkat sebesar 0,004 dengan asumsi nilai  $X_1$  konstan.

Koefisien regresi dari variabel Sikap adalah 0,586, dan koefisien dari variabel Norma Subyektif adalah 0,004, koefisien Sikap lebih besar dibandingkan koefisien Norma Subyektif, hal ini menunjukkan bahwa variabel Sikap lebih dominan mempengaruhi Niat Beli mahasiswa terhadap produk *hand sanitizer* dibandingkan variabel Norma Subyektif.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Pernyataan hipotesis bahwa sikap secara parsial diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli mahasiswa terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,586. Semakin tinggi sikap mahasiswa maka semakin tinggi pula niat belinya.

Pernyataan hipotesis kedua bahwa norma subyektif secara parsial diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli mahasiswa tidak terbukti. Walaupun variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,004 namun nilai signifikansi yang ia miliki jauh di atas 0,05 yaitu sebesar 0,966. Sehingga dapat disimpulkan bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli mahasiswa.

Dalam penelitian ini, tidak adanya pengaruh signifikan dari norma subyektif terhadap niat beli disebabkan karena rendahnya pengaruh kelompok referen (keluarga, teman, petugas kesehatan, dan iklan saat promosi) terhadap pembentukan niat beli responden pada produk *hand sanitizer*. Sebagian besar responden mengatakan bahwa niat beli mereka terhadap produk *hand sanitizer* adalah karena kesadaran responden sendiri.

Pernyataan hipotesis ketiga bahwa sikap dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli mahasiswa terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh hasil pada tabel XVI hasil uji signifikansi simultan kedua variabel tersebut memiliki signifikansi 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan semakin tinggi sikap dan norma subyektif maka meningkat pula niat beli mahasiswa.

#### 5. Kesimpulan

- a. Sikap dari mahasiswa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli produk *hand sanitizer* ( $t_{value}$  4,929,  $sig$  0,000).
- b. Norma subyektif dari mahasiswa secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli produk *hand sanitizer* ( $t_{value}$  0,042,  $sig$  0,966).
- c. Sikap dan norma subyektif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat membeli produk *hand sanitizer* ( $F_{value}$  13,547,  $sig$  0,000).

## Daftar Pustaka

- Ajzen I., 1991. *The Theory Of Planned Behavior, Organizational Behavior And Human Decision Process*, University Of Massachusetts at Amherst.
- Arief, M.T.Q., 2008. *Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Kesehatan*. Sebelas Maret University Press, Surakarta.
- Azwar, S., 2009. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar, Jakarta.
- Ferdinand, A.T., 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Ghozali, I., 2001. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Guterman, H., & Levy, S., 2012. Does advertising matter to store brand purchase intention? *A conceptual framework* 21, 89-97 *cit* Nadya, S., & Sihombing, O.S., 2012. Hubungan Antara Pengaruh Normatif dan Niat Beli Pakaian Merek Luar Negeri: Kesadaran Merek, Kualitas, dan Nilai Emosi Sebagai Variabel Mediasi. *Paper CBAM*. UNISSULA, Semarang.
- Hasan, I., 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Edisi Pertama. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nadya, S., & Sihombing, O.S., 2012. Hubungan Antara Pengaruh Normatif dan Niat Beli Pakaian Merek Luar Negeri: Kesadaran Merek, Kualitas, dan Nilai Emosi Sebagai Variabel Mediasi. *Paper CBAM*. UNISSULA, Semarang.
- Nawawi, H., 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Reynolds, F.D., & Wells, W.D., 1977. *Consumer Behavior*. McGrawHill Book Company, New York.