



SIKAP & TUJUAN

Cahyani Pratisti
IIB Darmajaya
International Office, Gedung E lantai 1
cahyanipratisti@darmajaya.ac.id
+62812 155 00 959

Outline

- Tingkatan sikap terhadap berbagai model
- Model sikap multiatribut Fishbein
- Teori aksi beralasan
- Intensi dan perilaku
- Faktor-faktor yang melemahkan intensi dan perilaku

Sikap

- Sikap adalah evaluasi secara menyeluruh yang dilakukan seseorang atas suatu konsep baik yang disenangi atau tidak disenangi secara konsisten
- 3 komponen sikap:
 - Kognitif (pengetahuan, persepsi, atau pengalaman)
 - Afektif (penilaian suka atau tidak suka terhadap produk secara umum)
 - Konatif (tindakan atau kecenderungan berperilaku)

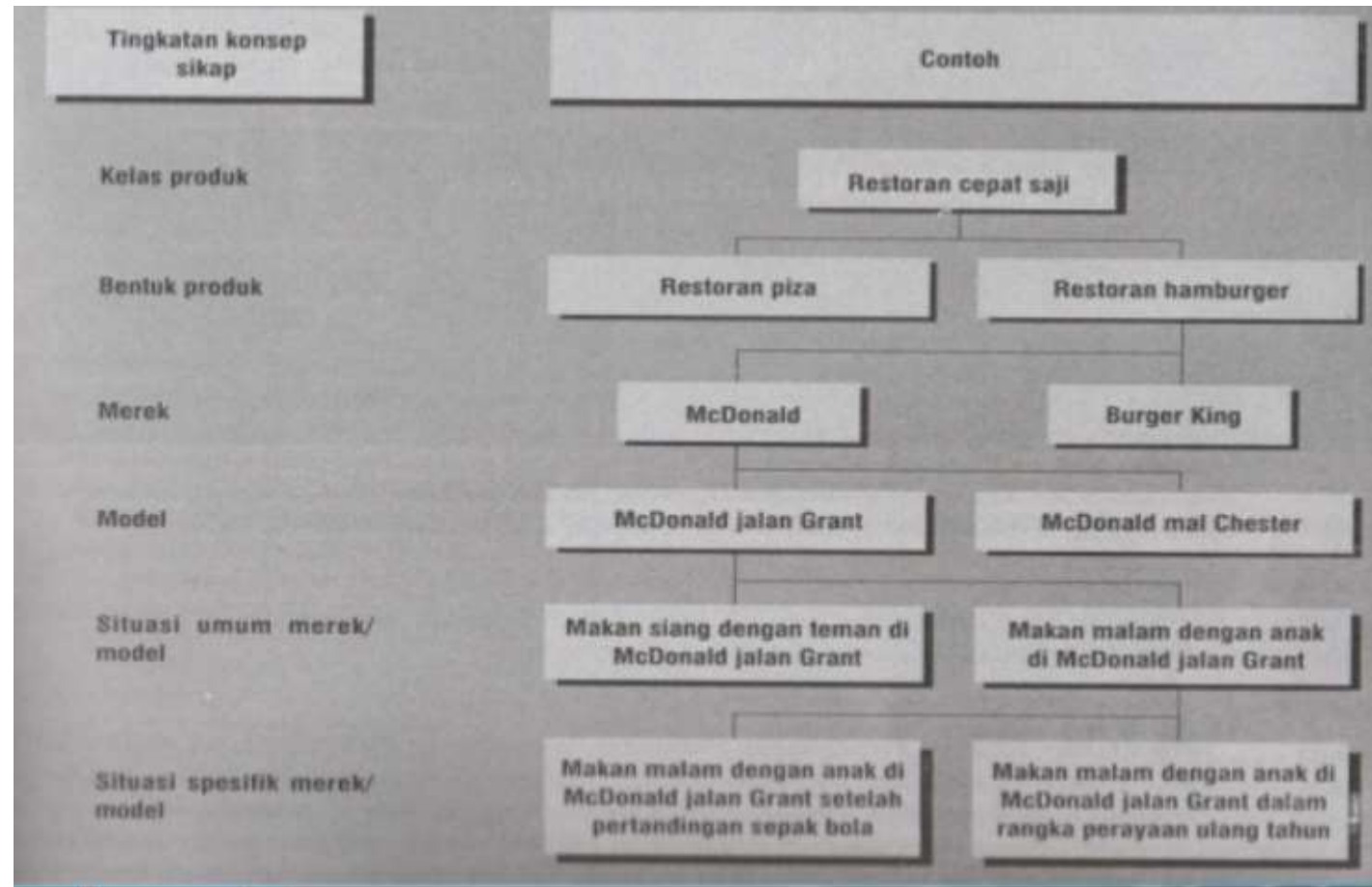
Sikap Terhadap Apa?

- Sikap terhadap objek (Ao)
sikap terhadap berbagai objek fisik dan sosial, eg:
produk, merek, model, toko, orang
- Sikap terhadap perilaku (Aact)
sikap terhadap perilaku dan atau aksi diri sendiri, eg:
tindakan, aksi, atau perilaku di masa lalu dan masa depan

Fungsi Sikap

- **Fungsi utilitarian:** seseorang menyatakan sikapnya karena ingin memperoleh manfaat atau menghindari risiko, eg: makan sayur supaya sehat, tidak merokok supaya sehat
- **Fungsi mempertahankan ego:** sikap berfungsi untuk melindungi diri (citra diri) dari gangguan yang muncul dari dalam dirinya sendiri atau orang lain, eg: menggunakan sepatu berhak tinggi supaya lebih percaya diri
- **Fungsi ekspresi:** sikap berfungsi untuk menunjukkan nilai-nilai, gaya hidup, dan identitas sosial yang menggambarkan minat, hobi, kegiatan dan opini dari seseorang, eg: berbelanja sembako di Supermarket
- **Fungsi pengetahuan:** konsumen akan menilai suatu produk berdasarkan pengetahuannya tentang produk yang memberikan nilai manfaat bagi konsumen

Tingkatan Sikap Terhadap Berbagai Aspek



Contoh Atribut



Sikap
Meliputi atribut KFC : :
- keRenyahan.
- keCepatan saji
- keBersihan
- keMurahan

Karena kepercayaan (sikap positif) terhadap KFC, menyebabkan evaluasi merek (saya suka KFC)



Meliputi atribut? :

- (1) harga,
- (2) volume atau isi,
- (3) aroma,
- (4) citarasa teh murni,
- (5) variasi rasa,
- (6) rasa manis,
- (7) rasa pahit getir,
- (8) merek terkenal,
- (9) kemudahan memperoleh
- (10) kebersihan botol, isi dan tutup

Model Sikap Multiatribut Fishbein

- Model ini secara singkat menyatakan bahwa sikap seorang konsumen terhadap suatu objek akan ditentukan oleh sikapnya thd berbagai atribut yang dimiliki oleh objek tersebut
- Biasanya digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap berbagai merek
- E_i merupakan kepentingan atribut (belum memperhatikan merek)
- B_i mengukur kepentingan atribut masing-masing merek

Rumus Model Multiatribut Fishbein

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

- A_o = Sikap Terhadap Obyek
- b_i = Kekuatan Kepercayaan bahwa obyek memiliki atribut i
- e_i = Evaluasi Atribut i
- n = jumlah kepercayaan menonjol (salient belief mengenai obyek)

Model Fishbein mengemukakan 3 konsep utama:

- Atribut (saline belief): adalah kepercayaan konsumen bahwa produk memiliki atribut tertentu atau sering disebut atribut objective belief (Ao), eg: the botol memiliki atribut kemasan, isi, rasa, aroma, dll
- Kepercayaan (Belief): adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Engel et.al (1995) menyatakan 7 skala bipolar dari mulai +3 (sangat suka) sampai -3(sangat tidak suka)
- Evaluasi atribut: adalah seberapa baik atau buruknya asuatu atribut, menurut Engel et al (1995) juga memiliki 7 skala bipolar dari mulai +3 (sangat bagus) hingga -3 (sangat tidak bagus)

Contoh menggunakan model Fishbein

instrument

Evaluasi:

- Bagaimana pertimbangan anda terhadap DESAIN dalam membeli sepeda motor ?
Sgt Tidak Penting Sangat Penting

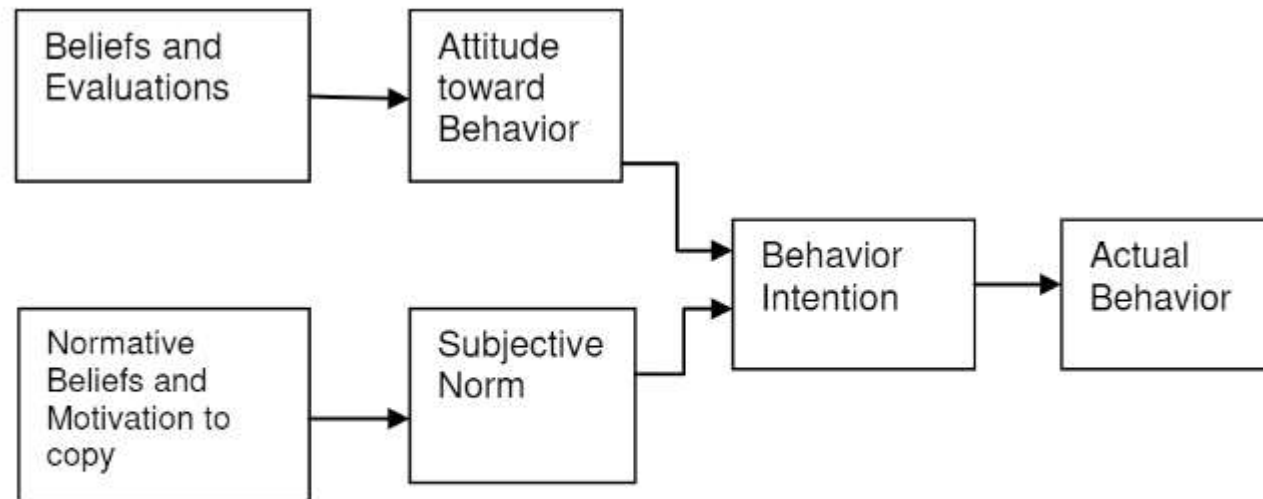
Believe:

- Bagaimana penilaian anda terhadap DESAIN sepeda motor Honda ?
Sgt Tidak Baik Sangat Baik

ATRIBUT	EVALUASI	KEPERCAYAAN							
		KAWASAKI		YAMAHA		HONDA		SUZUKI	
		e	-b	-be	-b	-be	-b	-be	-b
Desain	+3	-2	-6	+1	+3	+1	+3	+2	+6
Keawetan	+3	-2	-6	+1	+3	+2	+6	+1	+3
Harga	+1	+3	+3	+3	+3	-2	-2	+2	+2
Irit	+2	+1	+2	+1	+2	+2	+4	-2	-2
Harga Jual Kembali	+2	-2	-4	+2	+4	+3	+6	-1	-2
JUMLAH			-11		+15		+17		+7

Teori Aksi Beralasan atau Reasoned Action Theory (TRA) Model

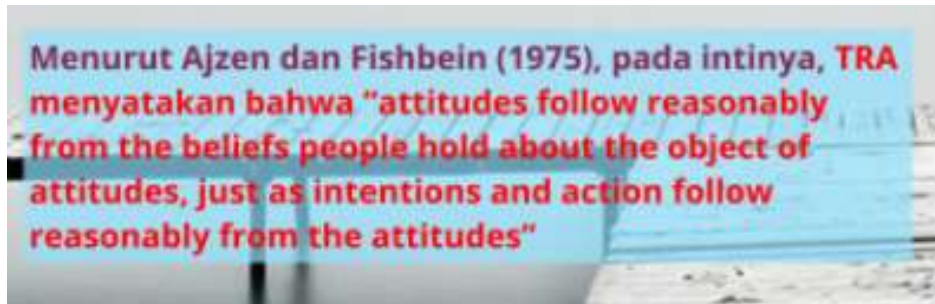
- Ditemukan tahun 1969 dan kemudian disempurnakan oleh Ajzen 1991 menjadi teori perilaku terencana (TPB)



Sumber : Fishbein dan Ajzen 1975

Gambar 1. Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*)

TRA



Kelebihan TRA

- Memberikan pegangan untuk menganalisis komponen perilaku dalam item yang operasional

Kelemahan TRA

- Kehendak dan perilaku hanya berkorelasi sedang
- Tidak mempertimbangkan pengalaman sebelumnya dengan perilaku dan mengabaikan akibat-akibat jelas dari variabel eksternal terhadap pemenuhan kehendak perilaku.

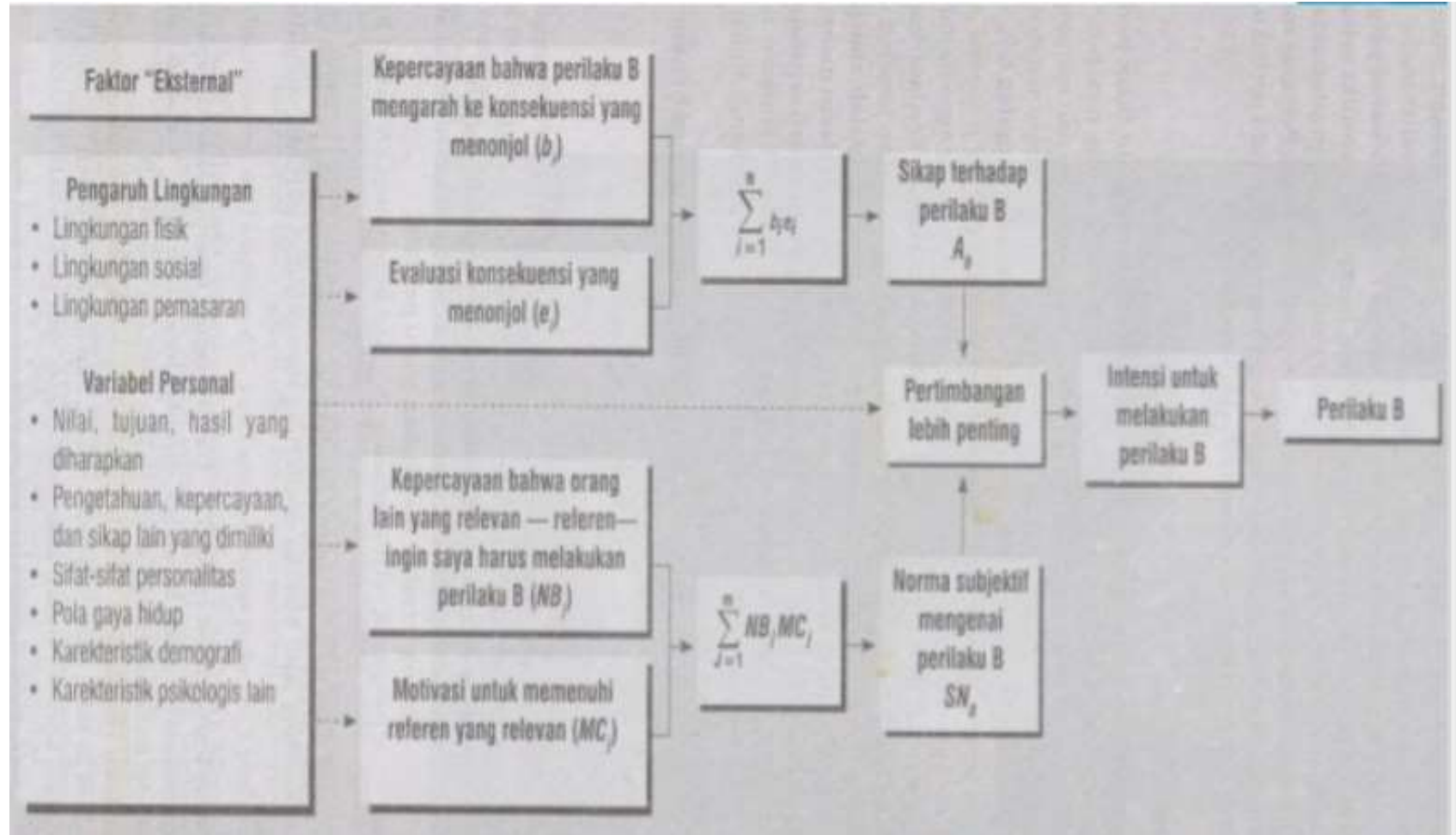
Rumus Reasoned Action Theory (TRA)

- Penilaian unggul terhadap suatu obyek belum tentu berguna.
- Mengapa seseorang berperilaku positif atau negatif terhadap obyek tertentu?

$$B \sim BI = w1 (AB) + w2 (SN)$$

B = Perilaku Spesifik
BI = Intensi Konsumen untuk melakukan suatu perilaku
AB = Sikap Konsumen terhadap perilaku yang akan diambil
SN = Norma Subyektif
W1&w2 = Bobot pengaruh relative AB dan SN

TRA



Langkah menghitung TRA

1. Menghitung sikap (A_b)
2. Menghitung Subjective Norm (SN).
3. Menghitung bobot W_1 dan W_2 .
4. Menghitung Behaviour (B) atau sama dengan *behaviour intention* (BI) yang merupakan penjumlahan antara A_b dengan SN, dengan memperhatikan bobot W_1 dan W_2 .

1. Menghitung sikap (Ab)

ATRIBUT	EVALUASI	KEPERCAYAAN							
		KAWASAKI		YAMAHA		HONDA		SUZUKI	
		e	-b	-be	-b	-be	-b	-be	b
Desain	+3	-2	-6	+1	+3	+1	+3	+2	+6
Keawetan	+3	-2	-6	+1	+3	+2	+6	+1	+3
Harga	+1	+3	+3	+3	+3	-2	-2	+2	+2
Irit	+2	+1	+2	+1	+2	+2	+4	-2	-2
Harga Jual Kembali	+2	-2	-4	+2	+4	+3	+6	-1	-2
JUMLAH			-11		+15		+17		+7

2. Menghitung Subjective Norm (SN)

Instrument:

Keluarga saya menyatakan sebaiknya saya membeli sepeda motor XXX ?

Membeli Tdk Membeli
+3 +2 +1 0 -1 -2 -3

Teman saya menyatakan sebaiknya saya membeli sepeda motor XXX ?

Membeli Tdk Membeli
+3 +2 +1 0 -1 -2 -3

Referensi	Kawasaki	Yamaha	Honda	Suzuki	Motivasi	Kawasaki	Yamaha	Honda	Suzuki
Keluarga	-3	3	-2	1	3	-9	9	-6	3
Teman	-2	2	-1	2	1	-2	2	-1	2
TOTAL SN						-11	11	-7	5

3. Menghitung Motivation to Comply (mi)

Instrument:

Seberapa kali saudara berkeinginan untuk menuruti pendapat **keluarga** ?

Tdk Pernah Selalu

0 +1 +2 3

Seberapa kali saudara berkeinginan untuk menuruti pendapat **teman** ?

Tdk Pernah Selalu

0 +1 +2 3

4. Menghitung bobot W1 dan W2

w1 bobot terhadap sikap

w2 bobot terhadap norma subyektif

Instrument:

Dalam memutuskan pembelian, berapa persen pertimbangan sendiri dan berapa persen pertimbangan orang lain ?

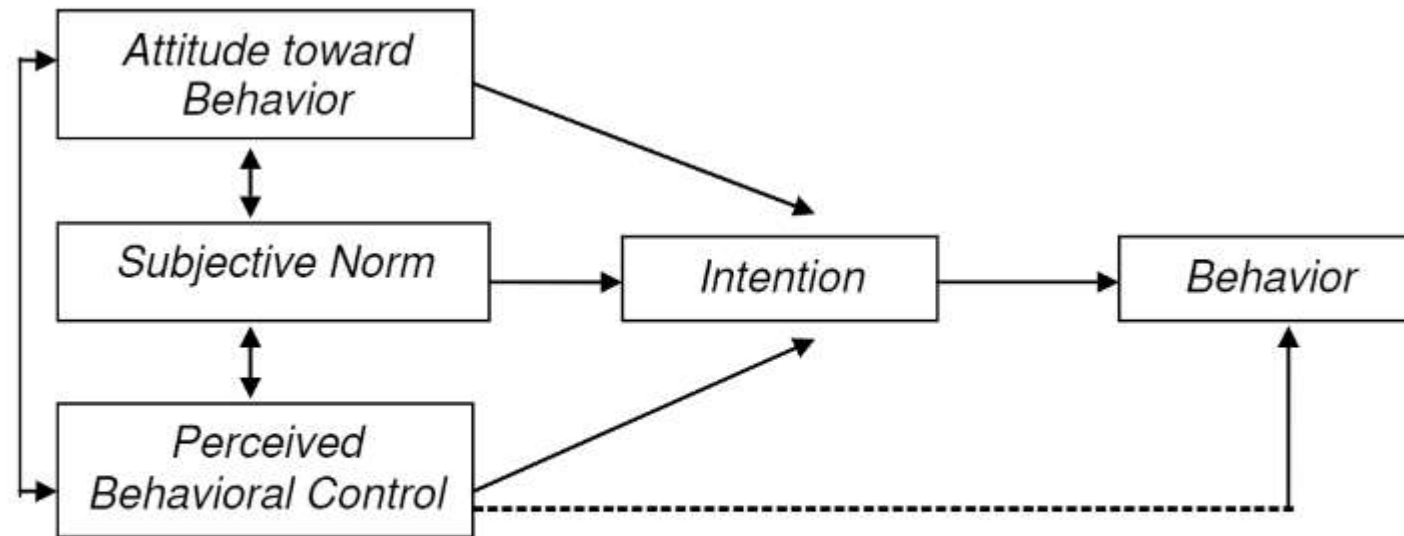
_____ % sendiri

_____ % orang lain

Menghitung total B ~B1

MEREK	Sikap		Norma Subyektive		B ~ BI
	Skor Sikap	Bobot (w1)	Skor Nirma Subyektive	Bobot (w2)	
KAWASAKI	-11	60%	-11	40%	-11,00
YAMAHA	+15	60%	11	40%	13,40
HONDA	+17	60%	-7	40%	7,4
SUZUKI	7	60%	5	40%	6,2

Planned Behavior Theory (TPB)



Sumber: Ajzen 1991

Gambar 2. Teori Perilaku Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)

Faktor-faktor yang melemahkan intensi dan perilaku

1. Jangka waktu Intervensi
2. Tingkatan Spesifikasi Berbeda
3. Kejadian tidak terduga
4. Konteks Situasi yang tidak terduga
5. Derajat hal yang dapat dikontrol
6. Stabilitas Intensi
7. Informasi Baru

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku oleh sikap : (Cialdini, Petty dan Caccioppo, 1991)?)

- Keterlibatan tinggi.
- Rentang waktu pengukuran sikap.
- Pengaruh orang lain.
- Faktor situasional, tidak bisa dijadikan memprediksi perilaku.
- Pengaruh merek lain
- Sikap positif yang lebih kuat, mudah dipanggil kembali.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku oleh sikap : (Assael, 1992)

- Low involvement kurang berhubungan dengan perilaku.
- Kurangnya pengalaman penggunaan produk secara langsung.
- Kondisi pasar.



Thank you and see you 😊