

ABSTRAK

Tujuan Penelitian penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap niat beli ulang konsumen menggunakan Travel Cipaganti di Kota Yogyakarta.

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang bersifat survey dengan menggunakan metode analisis kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh pembuktian dari sebuah hipotesis, yang terdiri dari analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap niat beli ulang konsumen menggunakan Travel Cipaganti di Kota Yogyakarta serta Uji F untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku, secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen yaitu niat beli ulang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku secara signifikan bersama-sama mempengaruhi niat beli ulang dalam menggunakan travel Cipaganti di kota Yogyakarta dengan nilai R Square cukup tinggi (0,513). Kontrol Perilaku yang dirasakan (0.681) memberikan sumbangan paling besar terhadap niat beli ulang menggunakan travel Cipaganti di kota Yogyakarta, diikuti oleh Norma Subjektif (0,313), kemudian yang kecil pengaruhnya adalah Sikap (0,294).

Kata kunci : *Theory of Planned Behavior*, Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dirasakan, Niat Beli Ulang

ABSTRACT

The purpose of this research study is to identify and to analyze the influence of attitudes, subjective norms and perceived behavioral control toward repurchase intention to consumers to use Travel Cipaganti in the city of Yogyakarta.

Type of research conducted a survey research is using quantitative analysis methods that aim to obtain proof of a hypothesis, which consists of multiple regression analysis to determine the effect of attitudes, subjective norms and perceived behavioral control to repurchase intention of consumers to use Travel Cipaganti in the city of Yogyakarta and the F test to test the effect of independent variables, namely attitude, subjective norm and behavioral control, jointly have a significant influence or not on the dependent variable that is the re-purchase intention.

The results showed that the variables attitude, subjective norm and behavioral control jointly significantly affect the re-purchase intention in using Cipaganti travel in the city of Yogyakarta with a high enough value of R Square (0,513). Perceived behavior control (0,681) provide the greatest contribution to the repurchase intention using Cipaganti travel in the city of Yogyakarta, followed by Subjective Norm (0,313), then the effect is small attitude (0,294).

Keywords: *Theory of Planned Behavior*, Attitude toward behavior, Subjective norm, Perceived behavior control, repurchase Intention.