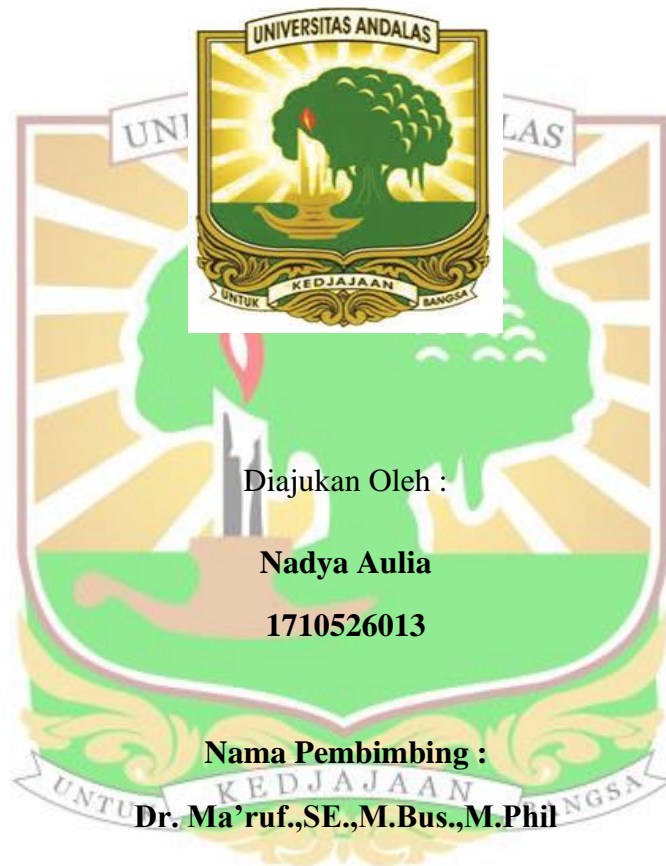


ANALISIS TERHADAP PEMBELIAN PRODUK DALAM KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR* (STUDI PADA *RESTAURANT OMASEMI* DI KOTA PADANG)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Intake DIII Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Nadya Aulia

1710526013

Nama Pembimbing :

Dr. Ma'ruf.,SE.,M.Bus.,M.Phil


PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

JANUARI 2020

	No. Alumni Universitas:	Nadya Aulia	No. Alumni Fakultas:
	a) Tempat/Tgl Lahir: Padang / 1 Juli 1996 b) Nama Orang Tua: Zulkifli dan Azizah c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1710526013 f) Tanggal Lulus: 6 Januari 2020 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: i) Lama Studi: 2 Tahun 5 Bulan j) Alamat Orang Tua: Jln. Merdeka raya blok G no. 16 Gunung Panggilun, Padang.		

ANALISIS TERHADAP PEMBELIAN PRODUK DALAM KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN BERDASARKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR* (Studi Pada *Restaurant Omasemi* Di Kota Padang)

Skripsi S1 oleh: Nadya Aulia

Pembimbing : Dr. Ma'ruf, SE., M.Bus., M.Phil

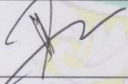


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *attitude* (sikap), *subjective norm* (norma subjektif), *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan) terhadap *purchase intention* (niat pembelian) dan *purchase behaviour* (perilaku pembelian) pada *restaurant* omasemi di Kota Padang. Teknik *sampling* yang di gunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden yang pernah membeli produk makanan *restaurant* omasemi secara *take away*. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dari penyebaran kuisioner secara *online* yang di pilih dengan metode *survey explanatory* kuantitatif. Pengolahan data pada penelitian ini memakai aplikasi *SmartPLS* versi 3.0. Hasil yang di dapat menunjukkan bahwa *attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*, sedangkan *subjective norm* tidak berpengaruh terhadap *purchase intention*, *perceived behavioural control* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention*, selanjutnya *purchase intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase behaviour*, dan *perceived behavioural control* pengaruh positif signifikan terhadap *purchase behaviour*.

Kata kunci: *Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Purchase Intention, Purchase Behaviour.*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 6 Januari 2020.

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Ma'ruf, SE, M.Bus, M.Phil	Dr. Eri Besra, SE, MM	Dr. Verinita, SE, MSi

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, MSi
NIP. 197208262003122004



Alumni telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan