

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN
DALAM KAJIAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
(STUDI KASUS: KONSER AGUST D D-DAY TOUR IN JAKARTA)**



SKRIPSI

Oleh:

Nama	: Nabila Ariini Rosyada
Nomor Mahasiswa	: 20313183
Fakultas	: Bisnis dan Ekonomika
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN DALAM
KAJIAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
(STUDI KASUS: KONSER AGUST D D-DAY TOUR IN JAKARTA)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat mencapai derajat
Sarjana Strata-I Program Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: Nabila Ariini Rosyada
No. Mahasiswa	: 20313183
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN DALAM
KAJIAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
(STUDI KASUS: KONSER *AGUST D D-DAY TOUR IN JAKARTA*)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Nabila Ariini Rosyada
No. Mahasiswa : 20313183

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Dosen Pembimbing



(Prof. Drs. Agus Widarjono, M.A., Ph.D)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam Tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Februari

2024

Penulis,



Nabila Ariini Rosyada



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ase Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Candong Catur Dampak Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 881576
F. (0274) 881589
E. ibu@uii.ac.id
W. ibu.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Kamis, tanggal 14 Maret 2024, Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : NABILA ARIINI ROSYADA
NIM : 20313183
Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian dalam Kajian Theory of Planned Behavior (Studi Kasus: Konser Agust D D-Day Tour in Jakarta)
Dosen Pembimbing : Prof. Agus Widarjono, SE., MA., Ph.D

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

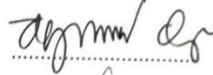
Nilai : A

Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Prof. Agus Widarjono, SE., MA., Ph.D

Anggota Tim : Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc.


.....

.....

Yogyakarta, 14 Maret 2024
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan,
★ YOGYAKARTA ★

Abdur Hakim, SE, M.Ec., Ph.D.
NIK. 963130101

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Yang Mempengaruhi Minat Pembelian dalam Kajian Theory of Planned Behavior (Studi Kasus: Konser Agust D D-Day Te

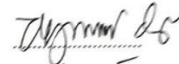
Disusun oleh : NABILA ARIINI ROSYADA

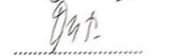
Nomor Mahasiswa : 20313183

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 14 Maret 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Prof. Agus Widarjono, SE., MA., Ph.D

Penguji : Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc.





Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia


Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. 

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersambahkan untuk Ibunda dan Ayahanda tercinta

Bapak Hasan Bisri

Dan

Ibu R.R Sri Handayani

Sebagai tanda bakti, hormat, dan ungkapan terimakasih kupersembahkan karya kecil ini atas segala bentuk do'a, dukungan, motivasi, dan kasih sayang.

HALAMAN MOTTO

“Barang siapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezki dari arah yang tak disangka-sangkanya. Dan barang siapa bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)-Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.”
(QS. Ath-Tholaq: 2-3)

“Future’s gonna be okay, look at the mirror and I see no pain”
(Agust D)

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan lancar. Shalawat serta salam penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya. Sehingga dalam penelitian ini, penulis dapat melakukan yang terbaik untuk penelitian yang berjudul “ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN DALAM KAJIAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (STUDI KASUS: KONSER AGUST D D-DAY TOUR IN JAKARTA)”.

Tugas akhir ini disusun untuk ememnuhi syarat mencapai derajat Sarjana Strata-I Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun, dengan usaha dan diiringi doa penelitian ini dapat selesai dengan tepat waktu. Penulis menyadari banyak do'a dan dukungan yang diberikan selama menyelesaikan tugas akhir ini. Maka sudah sepantasnya penulis dengan segala hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga senantiasa diberikan jalan yang terbaik kepada:

1. Allah SWT yang utama dari segalanya. Sujud syukur kepada Allah SWT atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikan kekuatan, ketakwaan, dan membekali dengan ilmu. Sujud syukur kepada Allah SWT atas karunia dan kemudahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Prof. Drs. Agus Widarjono, M.A., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas bimbingan, arahan, dan semangatnya dalam membimbing penulis dengan penuh kesabaran.
3. Kepada ayah dan ibu terkasih, terimakasih atas perjuangan, do'a, dan kesabaran yang tak terhitung dan selalu memberikan nasehat, semangat, dukungan, dan kasih sayang sehingga anak bungsumu sukses menuju jenjang sarjana.

4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.SC., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Sofyan Ashari Nur selaku kakak dan motivator yang selalu memberikan arahan hidup, nasehat, dan segala pengorbanan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Sekar Arum Nurussyifa selaku sahabat suka dan duka. Semoga kebahagiaan dan kesuksesan menunggu di masa depan.
9. Teman-teman Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia angkatan 2020 selaku teman seperjuangan dalam masa perkuliahan ini. Semoga selalu diberikan kelancaran dan kemudahan bagi segala urusannya.
10. Keluarga besar Marching Band Universitas Islam Indonesia yang telah menjadi sahabat serta keluarga bagi penulis.
11. Sahabat-sahabat penulis Alfinda Agsatie Rahmayanti, Salma Kholida Nouvfajria, Farida Nuraini, Ika Septia Wardani, dan Oktaria Dwi Nuraini yang telah kebersamaan penulis dalam suka dan duka, tempat berbagi cerita, dukungan, dan semangat.
12. Teman-teman satu bimbingan Tegar Putro Jovanca, Jauharil Fitrah, Alfinda Agsatie Rahmayanti, Oktaria Dwi Nuraini, Fade Ardhana, farah ardhani Oktavia Dwi fatmawati, Lufiar Artya Negita, dan Aulia Wafa yang telah memberikan semangat, dukungan serta masukan dan bersama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir.
13. Agust D selaku motivator dan semangat serta subjek dalam penelitian ini.
14. Seluruh pihak yang bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas kesalahan yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Dan dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk kedepannya. Semoga skripsi dengan judul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian dalam Kajian *Theory of Planne Behavior* (Studi Kasus: Konser Agust D D-day Tour in Jakarta)” ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.
Wassalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 31 Januari 2024
Penulis



(Nabila Ariini Rosyada)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xiv
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Teori Permintaan	9
2.2.1.1 Harga Barang itu Sendiri	9
2.2.1.2 Harga Barang Lain.....	9
2.2.1.3 Pendapatan	10
2.2.1.4 Selera.....	10
2.2.2 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	11
2.2.2.1 Sikap terhadap Perilaku (<i>Attitude</i>)	11
2.2.2.2 Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	12
2.2.2.3 Persepsi Kontrol Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control</i>)	13
2.2.2.4 Minat (<i>Intention</i>)	13

2.3 Hipotesis.....	14
BAB III.....	14
3.1 Jenis Penelitian	14
3.2 Waktu Penelitian	14
3.3 Teknik Pengumpulan Data	15
3.4 Populasi dan Sampel.....	15
3.5 Definisi Operasional Variabel	16
3.6 Teknik Analisis Data.....	21
3.6.1 Analisis Outer Model.....	21
3.6.1.1 Convergent Validity	22
3.6.1.2 Discriminant Validity	22
3.6.1.3 Reability	23
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	23
3.6.2.1 Path Coefficient	23
3.6.2.2.R-Square (R^2).....	23
3.6.2.3 T-test	24
3.6.2.4 Q^2 Predictive Relevance	24
BAB IV	24
4.1 Karakteristik Responden	24
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	25
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	25
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	26
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	30
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	31
4.1.6 Karakteristik Berdasarkan waktu menonton konser Agust D D-Day Tour in Jakarta.....	32
4.1.7 Karakteristik Berdasarkan Kategori Tiket Konser	33
4.2 Analisis Data	34
4.2.1 Hasil Uji Pengukuran Model (Outer Model).....	34
4.2.1.1 Hasil Convergent Validity	34

4.2.1.2 Hasil Discriminant Validity	35
4.2.1.3 Hasil Reliability	36
4.2.2 Hasil Uji Pengukuran Model (Inner Model)	37
4.2.2.1 Path Coefficient	38
4.2.2.2 Coefficient of Determination (R^2)	38
4.2.2.3 Q-square	39
4.2.2.4 Model Fit	40
4.2.2.5 T-Test	40
4.3 Hasil Uji Hipotesis	41
4.4 Pembahasan	43
BAB V	45
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1 <i>Seatplan</i> dan Harga Tiket	2
Gambar 2 Kurva Permintaan	10
Gambar 3 Theory of Planned Behavior	11
Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin	25
Tabel 4.2 Persentase Usia	26
Tabel 4.3 Persentase Jenis Pekerjaan	28
Tabel 4.4 Persentase Tingkat Pendidikan	31
Tabel 4.5 Persentase Pendapatan Per Bulan	32
Tabel 4.6 Persentase Waktu Menonton Konser	32
Tabel 4.7 Persentase Kategori Tiket	33
Tabel 4.8 Outer Loading	34
Tabel 4.9 Cross Loading	35
Tabel 4.10 Composite Reliability dan Cronbach Alpha	36
Gambar 4.1 model hasil bootstrapping	37
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	38
Tabel 4.12 Nilai <i>R-Square</i>	39
Tabel 4.13 Nilai <i>Q-square</i>	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Model Fit	40
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>T-test</i>	41
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	41
Gambar 1 <i>Seatplan</i> dan Harga Tiket	2
Gambar 2 Theory of Planned Behavior	11
Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin	25
Tabel 4.2 Persentase Usia	26
Tabel 4.3 Persentase Jenis Pekerjaan	28
Tabel 4.4 Persentase Tingkat Pendidikan	31
Tabel 4.5 Persentase Pendapatan Per Bulan	32

Tabel 4.6 Persentase Waktu Menonton Konser	32
Tabel 4.7 Persentase Kategori Tiket	33
Tabel 4.8 Outer Loading	34
Tabel 4.9 Cross Loading	35
Tabel 4.10 Composite Reliability dan Cronbach Alpha	36
Gambar 4.1 model hasil bootstrapping	37
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	38
Tabel 4.12 Nilai <i>R-Square</i>	39
Tabel 4.13 Nilai <i>Q-square</i>	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Model Fit	40
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>T-test</i>	41
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian	51
Lampiran B Tabulasi Data Kuesioner	55
Lampiran C Hasil Uji Discriminant Validity	67
Lampiran D <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	68
Lampiran E Gambar model struktural hasil <i>bootstrapping</i>	69
Lampiran F Hasil Uji Path Coefficient	70
Lampiran G <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	71
Lampiran H Hasil Uji <i>T-Test</i>	72
Lampiran I <i>Q-square</i>	73
Lampiran J Hasil Uji Model Fit	74
Lampiran K Hasil Uji Hipotesis	75

ABSTRAK

Konser musik terutama di Indonesia memiliki banyak peminat. Pasca pandemi covid-19 Indonesia banyak menyelenggarakan konser musik mulai dari skala kecil sampai besar. Banyak artis dan penyanyi dari luar negeri juga mengadakan konser musik di Indonesia. Agust D atau Suga BTS merupakan salah satu artis yang mencantumkan Indonesia dalam rangkaian solo tur dunianya yang berjudul “*Agust D D-Day Tour I Jakarta*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior*. Penelitian ini menggunakan responden berjumlah 396 responden yang pernah membeli tiket konser *Agust D D-day Tour in Jakarta* dan mengisi kuesioner secara lengkap sebagai alat pengumpul data. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 3.0*. Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Rekomendasi yang dapat dibuat berdasarkan hasil analisis penelitian ini adalah promotor konser dapat meningkatkan dan mengembangkan kinerja dan menyesuaikan dengan minat beli konsumen.

Kata kunci: Konser, Tiket, Minat Beli, *Theory of Planned Behavior*, *Structural Equation Modelling – Partial Least Square* (SEM-PLS), Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku

ABSTRACT

Music concerts, especially in Indonesia, have a lot of fans. After the COVID-19 pandemic, Indonesia hosted many music concerts, ranging from small to large. Many artists and singers from abroad also host musical concerts in Indonesia. Agust D, or Suga BTS, is one of the artists who included Indonesia in the list of solo world tours titled "Agust D-Day Tour". This research aims to analyze the factors that influence intention in buying tickets for the Agust D-Day Tour in Jakarta with the Theory of Planned Behavior approach. The data analysis method used is Structural Equation Modeling—Partial Least Squares (SEM-PLS) using the software SmartPLS 3.0. The results of the data analysis in this research show that attitude variables, subjective norms, and perceived behavioral control significantly influence the purchase intention of concert tickets for the Agust D-Day Tour in Jakarta. The recommendation that can be made based on the analysis of this research is that the concert promoter can improve and develop performance and adjust to consumer purchasing intentions.

Keywords: Concerts, Tickets, Buying Intention, Theory of Planned Behavior, Structural Equation Modeling—Partial Least Square (SEM-PLS), Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasca pandemi covid-19 industri musik di Indonesia mulai merambah naik. Indonesia mulai menyelenggarakan konser musik dari kapasitas penonton yang kecil hingga yang besar. Kampus-kampus di Indonesia mulai menjadikan acara konser sebagai agenda penutupan rangkaian acara. Tidak hanya penyanyi atau musisi dari Indonesia, penyanyi dari luar terutama penyanyi atau band K-pop mulai menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang dikunjungi dalam rangkaian tur konser dunia. K-pop yang merupakan singkatan dari Korean pop adalah genre musik yang berasal dari Korea Selatan. Genre ini dikenal dengan lagu-lagunya yang memiliki tempo yang cepat disertai penampilan dance atau tarian modern. Di Indonesia sendiri, K-pop sudah mulai dikenal sejak awal tahun 2000-an dan semakin digemari seiring berjalannya waktu. Saat pandemi covid-19, dimana masyarakat dihimbau untuk dirumah saja banyak remaja dan dewasa yang mengisi waktu luangnya dengan mendengarkan lagu K-pop dan mengikuti kegiatan grup K-pop yang digemarinya. Sehingga banyak penggemar baru yang bergabung disaat terjadi pandemi covid-19 tersebut.

BTS merupakan grup K-Pop terbesar yang beranggotakan tujuh orang yaitu RM, Jin, Suga, J-hope, Jimin, V, dan Jungkook. BTS debut pada tanggal 13 Juni 2013 dengan album pertamanya berjudul Dark & Wild. Selama karirnya di Industri musik, BTS telah beberapa kali mengadakan tur dunia di puluhan negara termasuk negara-negara di Asia, Eropa, dan Amerika. Pada tahun 2022, tepat pada saat merayakan ulang tahun BTS yang ke sepuluh BTS menyatakan keputusannya untuk fokus pada kegiatan dan karir individu masing-masing member selagi menunggu penyelesaian tugas wajib militer yang wajib diikuti setiap pria di Korea Selatan. Tidak berselang lama setelah pengumuman tersebut, kegiatan individu resmi dimulai. Dimulai dengan perilis

album solo J-hope, perilisan single oleh Jin, perilisan album solo RM, dan diikuti selanjutnya adalah perilisan album solo Suga.

Suga mengumumkan perilisan album solonya berjudul D-Day beserta rencana pelaksanaan tur dunianya pada 14 Februari 2023 melalui Weverse Live disusul dengan pengumuman resmi dari Bighit Music. Dimana Bighit Music adalah agensi yang menaungi BTS dan Suga sendiri. Album D-Day adalah album penutup dari trilogi album miliknya yang berjudul Agust D menyusul mixtape Agust D (2016) dan D-2 (2020). Suga menyusun setiap album, memimpin pembuatan album dari mulai konsep hingga komposisi setiap lagunya di album D-Day. Album D-Day memiliki total sepuluh lagu di dalamnya yang dirilis pada tanggal 21 April 2023. Konser tur dunia yang dilakukan Suga bernama Agust D D-Day Tour dimana Agust D merupakan nama panggung lain yang dimiliki Suga. Tur ini dilakukan di 10 negara diantaranya Amerika (Belmont park, Newark, Los Angeles, dan Oakland), Indonesia, Thailand, Singapura, Jepang, dan Korea dengan total 25 hari konser. Konser ini memiliki 23 lagu dalam setlistnya. Di Indonesia, Suga menggelar konsernya selama 3 hari (26-28 Mei 2023) di hall 5 dan 6 Indonesia Center Exhibition BSD atau sering dikenal ICE BSD dengan IME Indonesia sebagai promotornya.

Pada tanggal 27 Maret 2023 IME Indonesia mengumumkan seatplan dan harga tiketnya di akun media sosialnya dengan rincian berikut:



Gambar 1 Seatplan dan Harga Tiket

VIP (standing) : Rp3.500.000,00

Cat 1 (standing) : Rp3.100.000,00

Cat 2 (standing) : Rp2.200.000,00

Cat 3 (seating) : Rp2.800.000,00

Cat 4 (seating) : Rp1.700.000,00

Cat 5 (seating) : Rp1.350.000,00

Harga diatas belum termasuk pajak sebesar 15%, biaya admin dan aplikasi sebesar Rp70.000,00 sehingga kisaran harga tiketnya dimulai dari 1,5 juta sampai 4 juta. Harga diatas tidak jauh berbeda jika dibandingkan dengan harga tiket di Singapura, sedangkan jika dibandingkan dengan harga tiket di Thailand, harga tiket di Jakarta tergolong lebih mahal. Harga tiket konser Suga di Thailand berkisar antara 1-3 juta rupiah. Termasuk pajak dan biaya lainnya.

Konser yang dilaksanakan di Jakarta berlangsung selama tiga hari yaitu 26-28 Mei 2023 dengan kapasitas penonton kurang lebih 10.000-15.000 penonton per hari. Meski begitu, masih banyak penggemar yang tidak mendapatkan tiket dan berakhir harus menonton di negara lain atau tidak menonton sama sekali. Penggemar yang tidak mendapatkan tiket kerap kali memilih untuk membeli dari calo dengan harga yang lebih mahal berkali-kali lipat. Banyak juga terjadi kasus penipuan dalam transaksi pembelian tiket melalui tangan kedua maupun calo. Meskipun tindakan tersebut memiliki banyak resiko namun tidak mengurangi minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* baik dalam platform resmi maupun tidak.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Konser dalam Kajian *Theory of Planned Behavior* (Studi Kasus Pembelian Tiket Konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*)”. *Theory of Planned Behavior* adalah teori yang menggambarkan hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi suatu perilaku. Faktor-faktor tersebut adalah sikap (*intention*), norma subjektif (*subjective norm*), persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), dan niat (*intention*). Dalam penelitian ini, perilaku yang dimaksud adalah perilaku membeli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini disusun berdasarkan deskripsi latar belakang di atas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap atau *attitude* berpengaruh terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*?
2. Bagaimana norma subjektif atau *subjective norm* berpengaruh terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*?
3. Bagaimana Persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavioral control* berpengaruh terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui sikap konsumen terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.
2. Mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.
3. Mengetahui pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dan kegunaan dari penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat yang berlaku di Universitas Islam Indonesia untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai alat untuk

meningkatkan dan berkontribusi pada pemahaman tentang ilmu yang mengelilingi bidang studi dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan atau Promotor

Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan saat membuat keputusan.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup informasi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini termasuk didalamnya landasan teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup pembahasan mengenai populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, data dan sumber data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab ini berisi pembahasan mengenai deskripsi penelitian objek, analisis data, dan hasil interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup hasil kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan, dan saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian sebelumnya yang menyajikan poin serupa sebagai acuan dalam penelitian ini. Beberapa petunjuk dari penelitian sebelumnya adalah:

Sebuah penelitian berjudul "K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser" dilakukan oleh Valencialaw et al. (2023). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana budaya K-POP telah berkembang dan bagaimana perilaku konsumen fans K-pop yang menonton konser terbentuk. Berdasarkan standar berikut, empat sumber digunakan dalam metodologi kualitatif penelitian: (1) Pria dan wanita berusia antara 17 dan 25 tahun; (2) belum atau sudah menikah; (3) menikmati musik pop Korea Selatan; (4) menjadi penggemar kelompok idol K-Pop; (5) telah menghadiri konser atau artis K-pop; dan informasi tambahan yang dikumpulkan dari pengamatan peserta, penelitian perpustakaan, dan dokumentasi. Pengurangan data digunakan untuk pemrosesan data, sementara triangulasi digunakan untuk menunjukkan akurasi data. Menurut penelitian, terlibat dalam fandom, seperti menghadiri konser, bukanlah aktivitas impulsif tetapi hasil dari minat yang intens atau intrinsik. Para pecinta K-Pop menyadari bahwa hobi ini bisa menjadi ketagihan jika kendali diri yang besar tidak dipraktekkan. Penggemar membuat keputusan untuk terus menghadiri konser K-Pop, acara ini didorong oleh berbagai alasan dan kesenangan pribadi.

“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menonton Film di Bioskop (Studi pada Penonton Bioskop Yogyakarta)” adalah judul sebuah penelitian yang dilakukan oleh Rajabiyantor et al. (2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana keputusan konsumen untuk menonton di bioskop dipengaruhi oleh *word of mouth*, lokasi bisnis, dan harga kelayakan. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Informasi yang dikumpulkan melalui

pendekatan kuesioner, dengan 100 responden yang telah menonton film di bioskop yang berada di Yogyakarta. Teknik analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari tes heteskedastisitas, tes multikolinearitas, dan tes regresi linear berganda adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) lokasi bisnis secara positif mempengaruhi keputusan konsumen untuk menonton film di Yogyakarta yang berarti bahwa semakin strategis lokasi usaha maka keputusan menonton bioskop akan meningkat \; (2) kesesuaian harga secara positif berpengaruh pada keputusan konsumen tentang menonton Film di Yogyakarta yang berarti jika harga semakin layak dengan kondisi konsumen maka keputusan untuk menonton bioskop semakin meningkat; dan (3) *word of mouth* secara positif mempengaruhi pilihan konsumen untuk melihat film di Yogyakarta yang berarti semakin luas pembicaraan mengenai bioskop tersebut berkembang dengan baik, maka keputusan untuk menonton bioskop semakin meningkat. Berdasarkan temuan penelitian ini, mempertahankan kebijakan-kebijakan yang menjadi kekuatan perusahaan, seperti adanya film terbaru, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, harga terjangkau dengan fasilitas utama yang baik dengan memperhatikan kenyamanan pelanggan. Bioskop menunjukkan kualitas terbaik sehingga pelanggan akan merekomendasikannya kepada orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Tanisha & Yuliati, (2018) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi *Fansclub* A.R.M.Y Menonton Konser *BTS The Wings Tour in Jakarta*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang memberikan motivasi bagi *fansclub* A.R.M.Y untuk menonton konser *The Wings Tour in Jakarta*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif dengan populasi yang digunakan adalah A.R.M.Y atau sebutan bagi penggemar BTS yang bertempat tinggal di Daerah Bandung yang sudah pernah menonton konser BTS. Sampel data diambil dengan pengumpulan data primer dan sekunder dengan jumlah responden sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik analisis faktor. Penelitian ini menunjukkan hasil adanya dua faktor yang memberikan motivasi bagi *fansclub* A.R.M.Y untuk menonton konser *The Wings Tour in Jakarta* yaitu faktor fanatisme

dan faktor *experience new*. Daya tarik fisik, *status enhancement*, kemampuan fisik, interaksi sosial, spesifikasi musik untuk konser, *hero worship* atau pemujaan terhadap pahlawan atau tokoh yang dikagumi, *uninhibited behavior*, eksplorasi budaya, dan kecintaan terhadap musik adalah semua komponen yang termasuk dalam faktor fanatik. Menurut temuan dalam penelitian, fanatisme dengan interaksi sosial berfungsi sebagai indikator utama adalah faktor pendorong utama untuk keputusan *fansclub* A.R.M.Y. untuk menyaksikan konser *The Wings Tour in Jakarta*.

Schippers, n.d. (2015) melakukan penelitian dengan judul “Live Music Concert Attendees; Motivation, Satisfaction & Loyalty”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur motivasi, kepuasan, dan kesetiaan diantara penonton konser yang hasilnya dapat membantu dalam menganalisis faktor dan motif utama dalam menghadiri sebuah konser. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner online. Responden yang berjumlah 198 responden adalah orang-orang yang setidaknya pernah menonton atau menghadiri satu konser live BIRD. Penelitian ini menggunakan model yang terdiri dari delapan variabel yang secara bersama-sama dapat memprediksi *concert attendees* dengan tingkat akurat sebesar 85%. Model tersebut mencakup indikator waktu perjalanan, indikatorn motivasi (menambah pengetahuan dan menambah pengalaman baru), tingkat kepuasan (*wardrobe*, kualitas suara, service bar, dan keramahan staff), dan loyalitas (niat untuk membeli kembali). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada dua motif yang menjelaskan mengapa seseorang menghadiri konser musik, yaitu untuk menambah pengetahuan dan menambah penngalaman baru. Kesimpulan ini bisa dimanfaatkan oleh promotor untuk membuat konsep konser atau live musik yang dapat memenuhi kebutuhan ini. Faktor lain yang menjadi motif untuk menghadiri konser atau live musik adalah faktor ingin disentuh secara emosional, dihibur, dan ingin melarikan diri dari kehidupan sehari-hari, namun faktor ini tidak memiliki pengaruh yang besar. Alasan lain mengapa seseorang memutuskan untuk menonton konser atau live musik adalah keseluruhan pengalaman dari konser tersebut, mencakup *wardrobe*, kualitas suara, service bar, dan keramahan staff. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa dalam setiap konser, penting untuk

mengetahui alasan seseorang menghadiri konser tersebut dan bagaimana mereka mengevaluasi pengalaman secara keseluruhan. Kesimpulan ini dapat digunakan untuk membantu promotor dalam meningkatkan pemasaran dan layanan mereka.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Permintaan

Permintaan dianggap sebagai ukuran kebutuhan dan keinginan orang untuk membeli produk atau layanan tertentu. Kesimpulan empiris dari hukum permintaan menetapkan hubungan antara kuantitas permintaan dan harga komoditas. Permintaan didefinisikan oleh Kotler (1992) sebagai keinginan manusia yang didukung oleh daya beli. Mereka akan mendapatkan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan berdasarkan situasi keuangan. Kebutuhan manusia ditentukan oleh kemampuan kita untuk membeli.

Sukirno (2005) mendefinisikan teori permintaan sebagai teori yang menggambarkan ciri-ciri hubungan antara kuantitas permintaan dan harga. Hubungan negatif antara harga dan jumlah permintaan dijelaskan oleh hukum permintaan. Ini berarti bahwa permintaan akan menurun secara proporsional dengan kenaikan harga komoditas. Begitu juga sebaliknya, ketika harga komoditas mengalami kenaikan maka permintaan akan menurun dengan ketentuan *ceteris paribus* yaitu ketika faktor lain selain harga dianggap tetap. Variabel yang mempengaruhi permintaan adalah:

2.2.1.1 Harga Barang itu Sendiri

Harga barang itu sendiri mempengaruhi kuantitas permintaan berarti ketika harga barang tersebut naik, maka permintaan akan turun. Begitu juga sebaliknya, ketika harga turun maka permintaan akan naik.

2.2.1.2 Harga Barang Lain

Harga barang lain yang dimaksud adalah barang substitusi (barang pengganti) dan barang komplementer (barang pelengkap). Ketika harga barang pengganti naik maka permintaan akan barang tersebut akan meningkat. Hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih barang tersebut dibandingkan barang pengganti lainnya karena harga lebih murah. Sedangkan ketika harga barang pelengkap naik maka permintaan akan

barang tersebut akan turun. Dikarenakan barang pelengkap merupakan barang yang digunakan secara bersama-sama dengan barang tersebut.

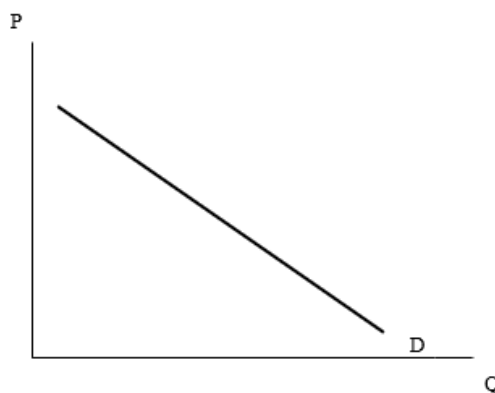
2.2.1.3 Pendapatan

Pendapatan dapat menunjukkan daya beli seseorang. Sehingga dapat mempengaruhi kuantitas permintaan seseorang. Kenaikan pendapatan mengakibatkan kenaikan kuantitas permintaan barang normal, sedangkan barang inferior akan mengalami penurunan.

2.2.1.4 Selera

Selera masyarakat dapat mempengaruhi kuantitas permintaan terhadap suatu barang. Perkembangan budaya, pendidikan dan lingkungan dapat mempengaruhi selera masyarakat sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi kuantitas permintaan suatu barang.

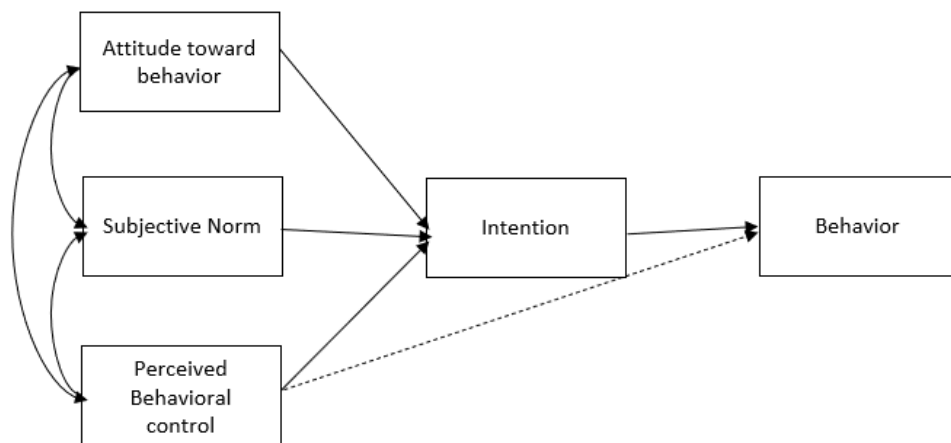
Kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan tingkat harga dan kuantitas suatu barang, *ceteris paribus*. Perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta. Perubahan permintaan menyebabkan kurva bergeser ke kanan atau ke kiri. Pergeseran kurva berarti adanya perubahan jumlah yang diminta di setiap tingkat harga.



Gambar 2 Kurva Permintaan

2.2.2 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Konsep perilaku yang direncanakan ditambahkan sebagai lanjutan dari konsep perilaku beralasan, yang pertama kali diungkapkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975. Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) menyediakan kerangka konseptual untuk memahami perilaku sosial manusia yang sangat rumit. Teori ini memberikan definisi yang membantu dalam pemahaman kontekstual perilaku dengan menggabungkan konsep dari ilmu sosial dan perilakunya. Elemen-elemen yang mendorong perilaku semacam itu meliputi pengendalian tingkah laku yang dirasakan secara akurat memprediksi niat untuk melakukan suatu perilaku, norma-norma subjektif yang terkait dengan perilakunya, dan indikator sikap. Intensi dan perasaan kontrol perilaku bersama-sama mewakili mayoritas variasi perilaku yang diamati (Ajzen, 1991).



Gambar 3 Theory of Planned Behavior

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) berdasarkan sudut pandang Ajzen (1991) mendefinisikan bahwa minat seseorang dalam melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh:

2.2.2.1 Sikap terhadap Perilaku (*Attitude*)

Penilaian seseorang mengenai perilaku yang baik atau perilaku yang buruk cenderung mendorong atau mencegah seseorang untuk melakukan perilaku tersebut. Penilaian yang negatif terhadap suatu perilaku, memiliki kecenderungan untuk

mencegah seseorang melakukan tindakan tersebut, sedangkan penilaian yang positif terhadap suatu perilaku cenderung mendukung untuk melakukan perilaku tersebut. Akibatnya, sikap (*attitude*) dapat memainkan peran dalam mempengaruhi keputusan membeli (Ajzen, 2005)

Menurut Seni & Ratnadi (2017), keyakinan seseorang memiliki dampak pada perilaku mereka, yang pada saatnya mempengaruhi kepercayaan tingkah laku (*behavioral belief*) yang timbul dari tindakan yang diambil. Kepercayaan pribadi mencakup intensitas kepercayaan (*beliefs strength*) dan penilaian hasil (*outcome evaluation*). Sikap terhadap norma subjektif dan kendali atas perilaku yang dirasakan dianggap memiliki dampak langsung pada niat dalam tingkah laku.

Penelitian oleh Palupi dan Safitri (2017) membagi sikap menjadi dua model: (1) definisi dari tiga komponen (sikap sebagai kombinasi efektif, kognitif, dan konotasi) dan (2) sikap sebagai penilaian objek, baik positif atau negatif. Dengan kata lain, sikap dapat diartikan sebagai penilaian singkat dari perilaku yang baik atau buruk berdasarkan emosi, tingkah laku, dan informasi kognitif.

2.2.2.2 Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Menurut Ajzen (2005), norma subjektif adalah keyakinan seseorang tentang tekanan sosial yang mendorong atau menghalangi mereka untuk terlibat dalam tindakan atau perilaku tertentu. Hal ini berbeda dengan sikap dimana sikap merupakan penilaian individu terhadap diri sendiri sedangkan norma subjektif adalah penilaian yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti keluarga, teman, dan pasangan. Norma subjektif dibentuk melalui kombinasi antara keyakinan sosial individu dan motivasi individu untuk mengikuti tekanan yang ada. Artinya, kemungkinan bahwa seseorang akan terlibat dalam perilaku seperti itu meningkat dengan tingkat dukungan dari lingkungan sosial mereka. Begitu juga sebaliknya.

Menurut Simanihuruk (2020), norma subjektif mengacu pada bagaimana orang menafsirkan tekanan sosial yang ditempatkan pada mereka untuk menampilkan atau menahan diri dari menampilkan perilaku tertentu tergantung pada berbagai faktor. Norma subjektif berasal dari kepercayaan normatif, yang merupakan keyakinan bahwa

individu akan terpengaruh oleh orang lain atau kelompok tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk mematuhi. Tingkat dimana seseorang dapat dipengaruhi oleh seseorang atau sesuatu. Referen adalah individu atau kelompok lain yang memiliki pengaruh terhadap seseorang atau individu.

2.2.2.3 Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Menurut Ajzen (2005), persepsi kontrol perilaku didasarkan pada apa yang mereka yakini tentang hal-hal yang membantu atau menghambat kemampuan mereka untuk melakukan tindakan. Kedua pengaruh internal dan eksternal dapat mempengaruhi kemampuan seseorang untuk mengelola perilaku mereka. Pengalaman, pengetahuan, keinginan, kemampuan, dan variabel internal lainnya adalah contoh faktor internal yang mempengaruhi persepsi kontrol perilaku. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari lingkungan sekitar seseorang.

Individu menyadari bahwa hal-hal yang mereka lakukan adalah hasil dari kendali mereka sendiri atas kemampuan mereka. Seseorang merasa lebih terkendali dan memiliki perspektif yang lebih positif tentang diri mereka sendiri, yang memotivasi mereka untuk bertindak ketika ada keadaan yang lebih mendukung. Mereka lebih cenderung untuk percaya itu sulit dilakukan jika mereka menemukan lebih banyak variabel yang menghambat.

2.2.2.4 Minat (*Intention*)

Minat membeli adalah faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh pemasar. Perusahaan menggunakan berbagai strategi untuk menarik minat pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. The Theory of Planned Behavior (TPB) mendefinisikan minat sebagai setiap tahap yang mengarah ke aktualisasi suatu aktivitas. Setelah seseorang menyelesaikan penilaian awal, minat diciptakan. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak atau tidak bertindak.

Menurut Iskandar & Halim (2019), minat pembelian adalah ukuran niat konsumen untuk membeli barang atau jasa. Pendapat konsumen yang menandai niat untuk memperoleh suatu produk dikenal sebagai niat membeli. Pelanggan harus menyadari spesifikasi mengenai produk pembelian yang direncanakan. Sikap

pelanggan terhadap produk yang dihasilkan dari kepercayaan mereka pada kualitasnya dikenal sebagai minat membeli.

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi sementara tentang rumusan masalah yang akan diuji dalam penelitian. Hipotesis dapat dinyatakan benar setelah penelitian dilakukan dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti menggunakan kuesioner penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Sikap atau *attitude* berpengaruh positif terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

H2: Norma subjektif atau *subjective norm* berpengaruh positif terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

H3: Persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Ketika mempelajari populasi atau sampel dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode analisis. Metode-metode ini termasuk pengambilan sampel acak, pengumpulan data dengan instrumen penelitian, dan analisis data kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk memverifikasi hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2019).

3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2023 menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui sosial media seperti *Group Chat Whatsapp, X, dan Instagram*.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner. Responden yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti dapat mengisi kuesioner yang sudah dibuat sesuai dengan tujuan penelitian. Lembar Kuiesioner disebar oleh penulis kepada penonton atau pembeli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* melalui media sosial seperti X, Instagram, dan Whatsapp grup yang berkaitan dengan penelitian.

Metode penilaian dalam kuesioner penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Skala Likert dimulai dengan angka dari sampai lima dengan urutan Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Responden dapat memilih untuk setuju atau tidak setuju mengenai pernyataan terkait perilaku, objek, orang atau kejadian yang telah ditentukan. Pilihan skor yang mendekati angka satu diartikan bahwa responden semakin tidak setuju dengan pernyataan yang dibuat, sedangkan semakin mendekati angka 5 responden semakin setuju dengan pernyataan yang dibuat. Skala Likert dapat dideskripsikan sebagai berikut:

STS : Sangat tidak setuju ditulis dengan skor 1

TS : Tidak setuju ditulis dengan skor 2

CS : Cukup Setuju ditulis dengan skor 3

S : Setuju ditulis dengan skor 4

SS : Sangat setuju ditulis dengan skor 5

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah area keseluruhan yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang yang berbagi sifat dan atribut tertentu (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli atau penonton Konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel dalam penelitian kuantitatif adalah komponen dari populasi dan atributnya. Sampel penelitian adalah representatif dari

seluruh populasi. Karena tidak mungkin atau sulit untuk mengumpulkan data seluruh populasi untuk penelitian maka sampel diperlukan.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan sampel yaitu metode *Accidental Sampling* melalui platform Google *form* kuesioner disebarkan kepada responden. Penelitian ini memiliki objek yaitu penonton atau pembeli Tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Sampel dalam penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3.1)$$

Sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{45.000}{1+45.000(0,05)^2} \\ &= \frac{45.000}{113,5} \\ n &= 396,4 \end{aligned}$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan yang ditoleransi (5%)

Kuesioner penelitian ini diisi oleh 396 responden dalam jangka waktu penyebaran yang berlangsung kurang lebih sepuluh hari.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah kerangka konseptual yang berfungsi untuk menguji dan menjelaskan perilaku atau gejala yang diamati. Yaitu, variabel terikat atau dependen (Y) dan variabel bebas atau independen (X).

a. Variabel Independen (X)

Variabel inependen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen juga dapat menyebabkan perubahan dalam variabel dependen. Pada mode SEM (*Structure Equation Modelling*) variabel X atau independen ditandai dengan anak panah dari variabel tersebut yang mengarah kepada variabel Y atau dependen. Variabel independen dalam

penelitian ini adalah *attitude toward behavior* atau sikap terhadap suatu perilaku, *subjective norm* atau norma subjektif, dan *perceived behavioral control* atau persepsi terhadap kontrol perilaku.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel *intention* atau minat pembelian.

Tabel 3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Attitude Toward Behavior</i> (Sikap terhadap Perilaku)	Semakin positif individu dalam menilai suatu perilaku, lebih memungkinkan individu untuk mendukung perilaku tersebut. Begitu juga sebaliknya. (Ajzen, 2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli tiket konser Agust D D-Day Tour in Jakarta merupakan hal yang penting bagi saya. 2. Membeli tiket konser Agust D D-Day Tour in Jakarta sangat bermanfaat bagi saya. 3. Membeli tiket konser Agust D D-Day Tour in Jakarta merupakan 	Skala Liker

		<p>keputusan yang bijak.</p> <p>4. Membeli tiket atau menonton konser Agust D D-Day Tour in Jakarta merupakan pengalaman yang menyenangkan.</p>	
<p><i>Subjective Norm</i> (Norma Subjektif)</p>	<p>Norma subjektif adalah cara individu melihat tekanan sosial yang mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Hal ini berlainan dengan indicator sikap Dimana sikap dipengaruhi oleh penilaian yang dilakukan oleh diri</p>	<p>1. Keluarga mengizinkan dan mendukung saya untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta</i>.</p> <p>2. Saudara saya mendukung saya untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta</i>.</p>	<p>Skala Likert</p>

	<p>sendiri terhadap diri mereka sendiri.</p> <p>Karena norma subjektif dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal atau pihak luar.</p> <p>(Ajzen, 2005)</p>	<p>3. Teman saya mendukung saya untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta</i>.</p> <p>4. Pasangan saya mendukung saya untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta</i>.</p>	
<p><i>Perceived Behavioral Control</i> (Persepsi Kontrol Perilaku)</p>	<p>Persepsi kontrol perilaku merupakan keyakinan seseorang mengenai kemampuan seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Hal ini berkaitan dengan hal yang dapat mendorong atau menghambat</p>	<p>1. Jika saya punya uang saya akan membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta</i>.</p> <p>2. Biasanya saya akan melakukan apa yang teman saya sarankan.</p>	Skala Likert

	<p>seseorang melakukan suatu tindakan atau perilaku. (Ajzen, 2005)</p>		
<p><i>Intention</i> (Minat Pembelian)</p>	<p>Kemungkinan seseorang untuk menunjukkan suatu perilaku. Dihasilkan dari tiga faktor utama yang bersifat pribadi yaitu sikap, sosial yaitu norma subjektif, dan kontrol yaitu persepsi kontrol perilaku. Minat dapat digunakan untuk memperkirakan sejauh mana seseorang ingin melakukan suatu tindakan dan upaya yang disiapkan untuk melakukan tindakan tersebut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berminat untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta.</i> 2. Saya sudah merencanakan sejak lama untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta.</i> 3. Saya berusaha untuk mendapatkan tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta.</i> 	Skala Likert

	(Simanihuruk, 2020)		
--	------------------------	--	--

3.6 Teknik Analisis Data

Menggunakan peralatan penelitian yang relevan dalam prosedur analisis data adalah metodologi yang digunakan untuk mengevaluasi data penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan data kuantitatif dari pemodelan persamaan struktural *Structural Equation Modeling* atau SEM-PLS, dengan aplikasi alat analisis *SmartPLS 3.0*. Probondani Astuti menyatakan bahwa aplikasi *SmartPLS 3.0* bertujuan untuk mengkarakterisasi hubungan antara konsep, memvalidasi teori, dan menunjukkan apakah ada hubungan antara variabel ketika variabel laten adalah variabel yang tidak langsung dapat diukur. Menggunakan *SmartPLS* untuk penelitian memiliki manfaat dan kekurangan. Menggunakan ukuran sampel terbatas dan tidak memerlukan data dengan distribusi normal adalah dua manfaat dari melakukan penelitian dengan aplikasi *SmartPLS*. Sedangkan kekurangan dari penggunaan *SmartPLS* adalah terdapat ketidakpastian dalam distribusi data. Hal ini menyebabkan Tingkat signifikan statistik tidak bisa secara langsung ditentukan. Kekurangan tersebut dapat diatasi dengan menggunakan metode bootstrapping (Probondani Astuti et al., 2021).

SEM-PLS membagi analisisnya menjadi dua model, yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model* adalah model pengukuran yang menjelaskan bagaimana indikator suatu variabel dapat membentuk variabel laten yang akan diukur. Model ini bertujuan untuk menguji validitas indikator yang membentuk variabel dalam penelitian. *Inner model* atau model struktural merupakan model yang mengindikasikan sejauh mana hubungan yang terjadi antara variabel laten dan indikatornya. Model dalam penelitian ini berperan untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh antar variabel dalam model penelitian tersebut.

3.6.1 Analisis Outer Model

Indikator dan variabel laten dalam penelitian ini terhubung melalui analisis *outer model*. Asosiasi antar setiap blok indikator dimasukkan ke dalam pengukuran

model yang digunakan dalam analisis langkah ini, yang dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$x = \Pi x \xi + \varepsilon x \quad (3.2)$$

$$y = \Pi y \eta + \varepsilon y \quad (3.3)$$

Keterangan:

x dan y : Matriks variabel manifes independen dan dependen

ξ dan η : Matriks konstruk laten independen dan dependen

Π : Matriks koefisien

ε : Matriks outer model residu

Untuk memastikan kesesuaian instrumen penelitian untuk variabel yang dinilai, evaluasi dan ketergantungan model (*outer model*) uji validitas dilakukan. Tingkat konsistensi suatu ukuran dalam mengevaluasi sebuah ide diukur dengan menggunakan uji realibilitas, dan sebaliknya. Uji *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability* yang digunakan dalam model penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

3.6.1.1 Convergent Validity

Berdasarkan korelasi antara *item score* dan skor komponen yang dihasilkan menggunakan aplikasi *SmartPLS*, validitas konvergen adalah model pengukuran reflektif dari indikator yang diuji. Ukuran atau batas yang disarankan dalam model yang banyak diteliti untuk uji *convergent validity* adalah $>0,7$. Namun, dalam penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran *loading score* 0,5 dapat ditoleransi.

3.6.1.2 Discriminant Validity

Setiap konsep dalam setiap variabel harus dipastikan berbeda antara variabel satu dengan lainnya dengan melakukan *discriminant validity*. Nilai loading setiap konsep yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading variabel yang lain pada konsep yang sama dapat diartikan bahwa *discriminant validity* memiliki hasil yang baik.

3.6.1.3 Reability

Nilai *composite reliability* di atas 0,7 menandakan Tingkat reliabilitas yang tinggi. Nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 pada setiap variabel dapat memperkuat tingkat reliabilitas..

3.6.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Hubungan sebab akibat antar model dalam penelitian diukur menggunakan *Structural Equation Model* atau model penelitian SEM. Tingkat signifikansi di setiap koefisien jalur diantara konsep, *path coefficient*, *coefficient of determination*, *t-test*, *q-square*, dan metode bootstrapping diuji menggunakan evaluasi struktural. Hasil dari pengujian itu dapat menunjukkan kesanggupan model yang dikembangkan untuk mendeskripsikan data dengan uji model fit dengan persamaan berikut:

$$\eta\mathbf{1} = \beta\eta = \gamma\xi = \zeta \quad (3.4)$$

Penjelasan dari persamaan diatas adalah bahwa η mewakili vektor variabel laten independen, ξ mewakili vektor variabel laten eksogen, dan ζ adalah vektor variabel residu. Digunakan *R-square* pada konstruk dependen, uji Stone geisser *Q-square* untuk relevansi prediktif, serta *t-test* dan signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural untuk mengevaluasi model struktural. Evaluasi model tersebut dilakukan dengan urutan seperti di bawah ini:

3.6.2.1 Path Coefficient

Hubungan dan kepentingan antar variabel diperiksa menggunakan *path coefficient*. Jalur yang memiliki standar koefisien di bawah 0,05 dapat diartikan bahwa jalur tersebut dapat mempengaruhi suatu model.

3.6.2.2.R-Square (R^2)

Nilai *R-Square* (R^2) dapat mengestimasi kemampuan struktural suatu model. Standar pengukuran *R-Square* (R^2) adalah 0,67 dianggap tinggi, 0,33 dianggap sedang, dan 0,19 dianggap rendah atau lemah. Nilai *R-Square* (R^2) bisa didapatkan menggunakan rumus berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(n_i - n'_i)^2}{\sum(n_i - n^3_i)^2} \quad (3,5)$$

3.6.2.3 T-test

Uji t atau uji statistik parametrik digunakan untuk menentukan pentingnya suatu sampel. Penggunaan uji-t menggunakan pendekatan bootstrapping dengan uji dua sisi dengan signifikansi 5% untuk mengevaluasi hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian dapat diterima jika nilai uji *t-test* lebih besar dari 1,96 dengan rumus:

$$T_{Test} = \frac{y_{ijb}}{se(y'jb)} \quad (3,6)$$

Jb dalam rumus tersebut merupakan path dari konstruk dan S adalah Standar deviasi.

3.6.2.4 Q^2 Predictive Relevance

Q^2 Predictive Relevance menunjukkan bahwa suatu variabel yang digunakan dalam model tersebut memiliki signifikansi prediktif. Jika nilai $Q^2 > 0$ maka dapat diartikan bahwa model tersebut memiliki signifikansi prediktif, sedangkan jika $Q^2 < 0$ maka dapat diartikan jika model tersebut tidak memiliki signifikansi prediktif.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu bagian data responden dan bagian variabel yang diuji. Bagian responden berisi mengenai pertanyaan-pertanyaan yang menjelaskan karakteristik responden tersebut, sedangkan bagian variabel yang diuji berisi tentang pertanyaan-pertanyaan atau indikator yang menjelaskan mengenai variabel yang akan diuji. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menonton konser *Agust D D-day Tour in Jakarta*. Terdapat 421 responden yang mengisi kuesioner namun sebanyak 396 responden yang mengisi secara lengkap. Responden sejumlah 396 ini yang akan dianalisa lebih lanjut.

Karakteristik responden yang dapat digambarkan dalam penelitian ini diantaranya adalah jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan, dan pertanyaan mengenai apakah anda menonton konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Sebaran responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 4.1 berikut. Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 99% yaitu sebanyak 396 responden dari total responden sejumlah 396, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 1% yaitu sebanyak 2 responden dari total responden berjumlah 396 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki lebih banyak responden perempuan dibandingkan responden laki-laki.

Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
Laki-laki	2	1%
Perempuan	394	99%
Total	396	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia responden dapat dilihat dalam tabel 4.2 berikut. Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini memiliki responden paling banyak berusia 21-25 tahun sebesar 45% yaitu sejumlah 179 responden. Diikuti responden usia 26-30 tahun sebesar 30% yaitu sebanyak 119 responden. Diikuti oleh responden usia 31-35 tahun sebesar 10% yaitu sebanyak 40 responden, dan diikuti responden usia 16-20 tahun sebesar 9% yaitu sebanyak 35 responden. Selanjutnya, diikuti usia 36-40 tahun dan usia 41-45 tahun yang masing-masing memiliki persentase sebesar 3% yaitu sebanyak 10 orang. Persentase terkecil usia responden dalam penelitian ini adalah usia 46-50 tahun yaitu

sebesar 1% atau sebanyak 3 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki responden terbanyak berusia 21-25 tahun.

Tabel 4.2 Persentase Usia

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase
16 - 20	35	9%
21 - 25	179	45%
26 - 30	119	30%
31 - 35	40	10%
36 - 40	10	3%
41 - 45	10	3%
46 - 50	3	1%
Total	396	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaannya dapat dilihat dari tabel 4.3. Berdasarkan tabel 4.3, dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebesar 39,14% yaitu sejumlah 155 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai mahasiswa sebesar 18,69% yaitu sejumlah 74 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebesar 5,30% yaitu sejumlah 21 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebesar 4,80% yaitu sejumlah 19 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai freelancer sebesar 4,04% yaitu sejumlah 16 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai wirausaha sebesar 2,78% yaitu sejumlah 11 responden. Diikuti oleh responden yang tidak mengisi sebesar 2,78% yaitu sejumlah 11 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai admin sebesar 2,27% yaitu sejumlah 9 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai guru sebesar 1,77% yaitu sejumlah 7 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai tenaga medis sebesar 1,52% yaitu sejumlah 6 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai ASN (Aparat Sipil Negara) sebesar 1,26% yaitu sejumlah 5 responden. Diikuti

oleh responden yang bekerja sebagai analis sebesar 1,01% yaitu sejumlah 4 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai dokter sebesar 1,01% yaitu sejumlah 4 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai perawat sebesar 1,01% yaitu sejumlah 4 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai arsitek sebesar 0,76% yaitu sejumlah 3 responden. Selanjutnya diikuti oleh responden yang bekerja sebagai buruh sebesar 0,76% yaitu sejumlah 3 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai online shop sebesar 0,76% yaitu sejumlah 3 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai *staff accounting* sebesar 0,76% yaitu sejumlah 3 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai tenaga kependidikan sebesar 0,76% yaitu sejumlah 3 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai chef sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Kemudian diikuti oleh responden yang bekerja sebagai *content creator* sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai *customer service* sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai konsultan sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai peneliti sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai recruiter sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai SPG sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Diikuti oleh responden yang bekerja sebagai *translator* atau penerjemah sebesar 0,51% yaitu sejumlah 2 responden. Selanjutnya diikuti oleh responden yang bekerja sebagai *advertisement representative* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Selanjutnya diikuti oleh responden yang bekerja sebagai auditor sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Selanjutnya diikuti oleh responden yang bekerja sebagai bidan sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan di bidang fashion sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan di bidang *engineering* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai *english tutor* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan di bidang *farmers in laboratory* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan

di bidang *graphic design* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai agen asuransi sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan di bidang desain interior sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai *online support* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai pedagang sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai pendamping sosial sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai pustakawan sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan dibidang *quality control* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan dibidang ritail sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai *staff inventory* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai supervisor sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai *waiters* sebesar 0,25% yaitu sejumlah 1 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan yang paling banyak yaitu sebagai karyawan swasta.

Tabel 4.3 Persentase Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase
Karyawan Swasta	155	39.14%
Mahasiswa	74	18.69%
Wiraswasta	21	5.30%
IRT	19	4.80%
Freelancer	16	4.04%
Tidak Mengisi	11	2.78%
Wirausaha	11	2.78%
Admin	9	2.27%
guru	7	1.77%

Medis	6	1.52%
PNS	5	1.26%
Analisis	4	1.01%
Dokter	4	1.01%
Perawat	4	1.01%
Arsitek	3	0.76%
Buruh	3	0.76%
online shop	3	0.76%
Staff Accounting	3	0.76%
Tenaga Kependidikan	3	0.76%
Chef	2	0.51%
Content Creator	2	0.51%
Customer Service	2	0.51%
Konsultan	2	0.51%
Peneliti	2	0.51%
Recruiter	2	0.51%
SPG	2	0.51%
Translator	2	0.51%
Advertisement Representative	1	0.25%
Auditor	1	0.25%
Bidan	1	0.25%
Bidang Fashion	1	0.25%
Engineer	1	0.25%
English tutor	1	0.25%
Farmer in Laboratory	1	0.25%
Graphic Designer	1	0.25%
Insurance Agent	1	0.25%

Interior Design	1	0.25%
online support	1	0.25%
Pedagang	1	0.25%
Pendamping Sosial	1	0.25%
Pustakawan	1	0.25%
Quality Control	1	0.25%
Retail	1	0.25%
Staff Inventory	1	0.25%
Supervisor	1	0.25%
Waiters	1	0.25%
Total	396	100.00%

Sumber: Data dioleh, 2023

4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4. Menurut tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhirnya yang paling banyak adalah responden dengan pendidikan terakhir D4/S1 yaitu sebesar 58% atau sejumlah 229 responden. Diikuti oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK sederajat sebesar 29% yaitu sejumlah 115 responden. Diikuti oleh responden dengan pendidikan terakhir D3 sebesar 9% yaitu sejumlah 35 responden. Diikuti responden dengan pendidikan terakhir S2 sebesar 3% yaitu sejumlah 12 responden. Diikuti responden dengan pendidikan terakhir SMP atau sederajat sebesar 1% yaitu sejumlah 4 orang, dan terakhir diikuti oleh responden dengan pendidikan terakhir D2 sebesar 0% yaitu sejumlah 1 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas atau lebih dari 50% memiliki pendidikan terakhir D4 atau S1.

Tabel 4.4 Persentase Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Persentase
SMP	4	1%
SMA	115	29%
D2	1	0%
D3	35	9%
D4/S1	229	58%
S2	12	3%
Total	396	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan besaran pendapatan per bulan dapat dilihat dalam tabel 4.5. Menurut tabel 4.5, dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki responden dengan pendapatan Rp 2.600.000-Rp 4.600.000 sebesar 30% yaitu sebanyak 119 responden. Diikuti responden dengan pendapatan Rp 4.700.000-Rp 6.700.0000 sebesar 26% yaitu sebanyak 102 responden. Diikuti responden dengan pendapatan Rp 500.000-Rp 2.500.000 sebesar 23% yaitu sebanyak 90 responden. Diikuti oleh responden Rp 500.000-Rp 2.500.000 sebesar 23% yaitu sebanyak 90 responden dengan pendapatan Rp 6.800.000-Rp 8.800.000 sebesar 8% yaitu sebanyak 31 responden. Selanjutnya diikuti oleh responden dengan pendapatan Rp 8.900.000-Rp 10.900.000 sebesar 4% yaitu sebanyak 17 responden. Diikuti oleh responden dengan pendapatan diatas Rp 20.000.000 sebesar 3% yaitu sebanyak 10 responden. Diikuti oleh responden dengan pendapatan Rp 13.100.000-Rp 20.000.000 sebesar 2% yaitu sebanyak 8 responden dan yang terakhir merupakan responden dengan pendapatan Rp 11.000.000-Rp 13.000.000 sebesar 1% yaitu sebanyak 2 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki responden dengan kisaran pendapatan yang paling banyak berada di kisaran Rp2.600.000-Rp4.600.000.

Tabel 4.5 Persentase Pendapatan Per Bulan

Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase
Rp 500.000 - Rp 2.500.000	90	23%
Rp 2.600.000 - Rp 4.600.000	119	30%
Rp 4.700.000 - Rp 6.700.0000	102	26%
Rp 6.800.000 - Rp 8.800.000	31	8%
Rp 8.900.000 - Rp 10.900.000	17	4%
Rp 11.000.000 - Rp 13.000.000	2	1%
Rp 13.100.000 - Rp 20.000.000	8	2%
> Rp 20.000.000	10	3%
Tidak Mengisi	17	4%
Total	396	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

4.1.6 Karakteristik Berdasarkan waktu menonton konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*

Karakteristik responden berdasarkan waktu menonton konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* dapat dilihat dalam tabel 4.6. Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa sebesar 38% atau sejumlah 150 responden penelitian ini menonton konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* pada hari ke-3 atau *Day 3*. Diikuti oleh responden yang menonton pada hari ke-2 atau *Day 2* sebesar 32% atau sejumlah 127 responden. Terakhir, diikuti oleh responden yang menonton konser pada hari pertama atau *Day-1* sebesar 30% atau sejumlah 119 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran responden dalam karakteristik waktu menonton konser cukup merata. Namun, pertunjukan konser hari ke-3 mendapatkan responden paling banyak dalam penelitian ini.

Tabel 4.6 Persentase Waktu Menonton Konser

Waktu Konser	Frekuensi (Orang)	Persentase
<i>Day 1</i>	119	30%

Day 2	127	32%
Day 3	150	38%
Total	396	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

4.1.7 Karakteristik Berdasarkan Kategori Tiket Konser

Karakteristik responden berdasarkan kategori pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* dapat dilihat dalam tabel 4.7. Sesuai dengan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa sebesar 35% yaitu sejumlah 138 responden membeli tiket konser di kategori VIP. Diikuti oleh kategori 1 yaitu sebesar 24% atau 95 responden. Diikuti oleh kategori 2 yaitu sebesar 21% atau sebanyak 85 responden. Disusul oleh kategori 3 yaitu sebesar 8% atau sebanyak 30 responden. Selanjutnya diikuti oleh kategori 5 sebesar 8% yaitu sebanyak 30 responden dan terakhir adalah kategori 4 sebesar 5% yaitu sebanyak 18 responden. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini paling banyak berada pada kategori tiket VIP dan paling sedikit berada pada kategori 5.

Tabel 4.7 Persentase Kategori Tiket

Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase
VIP	138	35%
Kategori 1	95	24%
Kategori 2	85	21%
Kategori 3	30	8%
Kategori 4	18	5%
Kategori 5	30	8%
Total	396	100%

Sumber: Data diolah, 2023

4.2 Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Pengukuran Model (Outer Model)

Teknik analisa data menggunakan *SmartPLS* memiliki beberapa kriteria yang digunakan untuk menilai *outer model*. Beberapa kriteria yang digunakan diantaranya adalah *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Reliability*.

4.2.1.1 Hasil Convergent Validity

Indikator pengukuran reflektif pada *convergent validity* menggunakan hasil perhitungan hubungan antara *item score* atau *component score*. *Item score* atau *component score* dihitung menggunakan aplikasi *SmartPLS*. Direkomendasikan sesuai dengan model penelitian yang sudah banyak dilakukan mengenai ukuran untuk *convergent validity* yaitu $>0,7$. Penelitian ini menggunakan batas *loading factor* 0,5 sesuai dengan pernyataan Musyafi et al. (2022) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 dapat ditoleransi. Tabel 4.8 menunjukkan hasil outer loading.

Tabel 4.8 Outer Loading

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>
Sikap terhadap Perilaku (<i>Attitude toward Behavior</i>)	AT1	0,796
	AT2	0,774
	AT3	0,828
	AT4	0,508
	AT5	0,704
Minat Beli (<i>Intention</i>)	I1	0,901
	I2	0,604
	I3	0,877
Persepsi Pengendalian Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control</i>)	PBC1	0,940
	PBC2	0,956

Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	SN1	0,731
	SN2	0,841
	SN3	0,738
	SN4	0,691

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.8, setelah data diolah menggunakan *software SmartPLS* ditemukan nilai *outer model* pada variabel yang digunakan menunjukkan bahwa semua *loading factor* bernilai diatas 0,5 sehingga semua variabel yang tidak dihilangkan dari model menunjukkan bahwa setiap indikator dalam model valid atau signifikan.

4.2.1.2 Hasil Discriminant Validity

Setiap konsep dari setiap variabel laten yang digunakan harus dipastikan berbeda dengan variabel lainnya. Cara memastikan variabel laten tersebut berbeda dengan variabel lainnya yaitu menggunakan *discriminant validity*. Nilai loading setiap konsep yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading variabel yang lain pada konsep yang sama dapat diartikan bahwa *discriminant validity* memiliki hasil yang baik. Tabel 4. 9 menyajikan hasil uji *discriminant validity* yang diperoleh.

Tabel 4.9 Cross Loading

	<i>Attitude</i>	<i>Intention</i>	<i>Perceived Behavior Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
AT1	0,796	0,496	0,498	0,313
AT2	0,774	0,408	0,427	0,298
AT3	0,828	0,485	0,444	0,372
AT4	0,508	0,380	0,529	0,247
AT5	0,704	0,498	0,402	0,372
I1	0,596	0,901	0,650	0,354
I2	0,384	0,604	0,338	0,258
I3	0,512	0,877	0,537	0,323

PBC1	0,573	0,571	0,940	0,287
PBC2	0,614	0,661	0,956	0,309
SN1	0,334	0,248	0,223	0,731
SN2	0,362	0,324	0,234	0,841
SN3	0,316	0,357	0,256	0,738
SN4	0,337	0,200	0,234	0,691

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai *loading factor* pada setiap indikator untuk masing-masing variabel laten memiliki nilai *loading factor* yang dituju lebih besar dibandingkan nilai *cross loading* jika dihubungkan dengan variabel yang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa syarat *discriminant validity* telah sepenuhnya terpenuhi karena nilai yang lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi variabelnya.

4.2.1.3 Hasil Reliability

Reliabilitas suatu variabel dapat dilihat melalui *composite reliability* dan *cronbach alpha* di setiap variabel. Variabel yang memiliki reliabilitas yang tinggi memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,7 dan memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6. Tabel 4.10 menunjukkan hasil *Composite Reliability dan Cronbach Alpha*

Tabel 4.10 Composite Reliability dan Cronbach Alpha

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Attitude</i>	0,772	0,848
<i>Intention</i>	0,719	0,843
<i>Perceived Behavior Control</i>	0,888	0,947
<i>Subjective Norm</i>	0,748	0,838

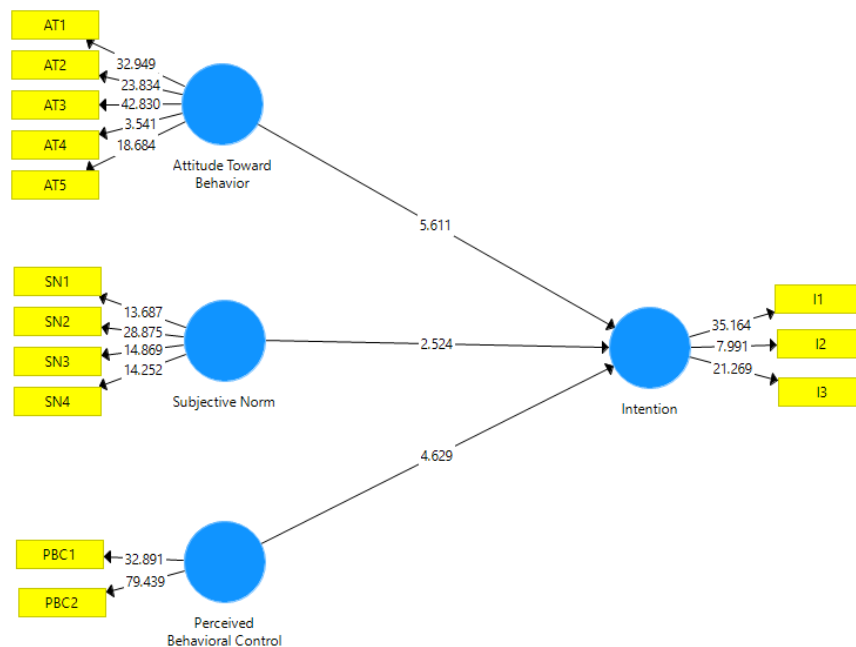
Sumber: Data diolah, 2023

Sesuai pada tabel 4.10, dapat dilihat bahwa *cronbach aplha* pada variabel *Attitude* sebesar 0,772, variabel *intention* sebesar 0,719, variabel *perceived behavioral control* sebesar 0,888, dan variabel *subjective norm* sebesar 0,748. Hal ini

menunjukkan bahwa konsistensi setiap jawaban dari responden dalam setiap variabel memiliki reliabilitas yang baik karena memiliki nilai lebih besar dari 0,6. Sedangkan untuk nilai *composite reliability* pada variabel *attitude* memiliki nilai sebesar 0,848, variabel *intention* sebesar 0,843, variabel *perceived behavioral control* sebesar 0,947, dan variabel *subjective norm* sebesar 0,838. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria reliabilitas karena memiliki nilai di atas 0,7.

4.2.2 Hasil Uji Pengukuran Model (Inner Model)

Hubungan antar variabel dalam model dapat dilihat melalui uji pengukuran model struktural atau *inner model*. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat signifikansi pada masing-masing koefisien jalur antar konstruk, *path coefficient*, *coefficient of determination*, *t-test*, *Q-square*, dan metode bootstrapping melalui *SmartPLS*. *SmartPLS* menguji signifikansi agar dapat mengetahui hasil uji hipotesis yang menunjukkan kemampuan model yang dikembangkan dalam menjelaskan data dengan uji model fit. Hasil uji pengukuran model struktural ditampilkan dalam gambar 4.1.



Gambar 4.1 model hasil bootstrapping

4.2.2.1 Path Coefficient

Tahap ini dilakukan dengan melihat tingkat ketidakyakinan dengan cara melihat batas nilai ambang 0,05. Jika hasil uji *path coefficient* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa jalur dapat disimpulkan berpengaruh dalam model ini. Tabel 4.11 menunjukkan Hasil Uji *Path Coefficient*

Tabel 4.11 Hasil Uji *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviasi (STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Attitude -> Intention</i>	0,312	0,317	0,056	0,000
<i>Perceived Behavior Control -> Intention</i>	0,419	0,420	0,090	0,000
<i>Subjective Norm -> Intention</i>	0,119	0,123	0,041	0,004

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa variabel *attitude* atau perilaku berpengaruh terhadap variabel *intention* sebesar 0,000 atau signifikan terhadap *intention* atau minat beli. *Perceived Behavior Control* atau persepsi kontrol perilaku berpengaruh sebesar 0,000 atau signifikan terhadap *intention* atau minat beli. *Subjective norm* atau norma subjektif berpengaruh sebesar 0,004 atau signifikan terhadap *intention* atau minat beli. Berdasarkan tabel diatas juga ditemukan bahwa variabel *attitude* atau perilaku dan variabel *perceived behavior control* atau persepsi kontrol perilaku memiliki koefisien regresi tertinggi dibandingkan variabel lainnya.

4.2.2.2 Coefficient of Determination (R^2)

Coefficient of Determination (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Semakin besar nilai (R^2) maka semakin baik model prediksi dari model yang telah diajukan. Tabel 4.12 menyajikan Nilai *R-Square*.

Tabel 4.12 Nilai *R-Square*

Variabel	R-Square
Intention	0,516

Sumber: Data diolah, 2023

Variabel *intention* atau minat dalam penelitian ini merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel *attitude* atau sikap, *subjective norm* atau norma subjektif, dan *perceived behavior control* atau persepsi kontrol perilaku sebagai variabel independent. Sesuai dengan tabel 4.12 dapat dijelaskan bahwa nilai *R-Square* untuk variabel *intention* atau minat beli mendapat nilai sebesar 0,516. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *attitude* atau sikap, *subjective norm* atau norma subjektif, dan *perceived behavior control* atau persepsi kontrol perilaku mampu menjelaskan variabel *intention* atau minat beli sebesar 51,6% sedangkan sisanya sebesar 48,4% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam model.

4.2.2.3 *Q-square*

Penelitian dinilai dapat menghasilkan nilai observasi yang sesuai dengan parameternya diukur menggunakan *Q-square* yang berkisar antara nol sampai satu.. Nilai *Q-square* lebih besar daripada nol dapat diartikan bahwa suatu model sukses dalam memiliki relevansi prediksi yang tinggi. Nilai *Q-square* semakin dekat dengan angka 1 maka kualitas model tersebut semakin baik. Tabel 4.13. menunjukkan hasil nilai *Q-square* yang diperoleh dalam penelitian ini.

Tabel 4.13 Nilai *Q-square*

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
<i>Attitude</i>	1980,000	1980,000	
<i>Intention</i>	1188,000	815,067	0,314
<i>Perceived Behavior Control</i>	792,000	792,000	
<i>Subjective Norm</i>	1584,000	1584,000	

Sumber: Data diolah, 2023

Sesuai dengan tabel 4.14 perhitungan *Q-Square* pada penelitian ini mendapatkan hasil 0,314 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen cukup baik sebagai *predictor variable*.

4.2.2.4 Model Fit

Model fit adalah ketepatan model dengan data yang menunjukkan seberapa besar derajat kemampuan suatu model menjelaskan suatu data. Tabel 4.14 menunjukkan hasil Uji Model Fit.

Tabel 4.14 Hasil Uji Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,082	0,082
d_ULS	0,702	0,702
d_G	0,261	0,261
Chi-Square	620,337	620,337
NFI	0,753	0,753

rms Theta	0,210
-----------	-------

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan bahwa nilai SRMR model estimatannya 0,082 yang menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kecocokan model yang baik atau bisa dikatakan model fit. Sedangkan untuk NFI (Net Fix Index) nilai estimasinya 0,753 sehingga dapat disimpulkan bahwa estimasinya cukup baik karena semakin mendekati angka 1 (satu). Sedangkan untuk melihat apakah suatu model bisa dikatakan fit pada *SmartPLS* dapat dilihat dari *loading factor* setiap indikator dengan melihat *outer model* akan dianggap baik jika seluruh item bernilai >0,5.

4.2.2.5 T-Test

Uji t digunakan untuk menguji suatu hipotesis dalam sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan metode *bootstrapping* dengan *SmartPLS* dengan tingkat

signifikan 5%. Hipotesis dalam penelitian ini tidak diterima jika nilainya kurang dari 1,966. Berikut merupakan hasil dari uji *t-test*.

Tabel 4.15 Hasil Uji *T-test*

Variabel	<i>T Statistic</i>	<i>P Values</i>
<i>Attitude -> Intention</i>	5,587	0,0000
<i>Subjective Norm -> Intention</i>	4,681	0,0000
<i>Perceived Behavior Control -> Intention</i>	2,902	0,0008

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji *t-test* menunjukkan bahwa variabel *attitude* berpengaruh sebesar 5,587 terhadap variabel *intention* atau signifikan karena lebih dari 1,966, variabel *subjective norm* berpengaruh sebesar 4,681 terhadap variabel *intention* atau signifikan karena lebih dari 1,966, variabel *perceived behavioral control* berpengaruh sebesar 2,902 terhadap variabel *intention* atau signifikan karena lebih dari 1,966.

4.3 Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa apakah variabel independen (x) berpengaruh terhadap variabel dependen (y). Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *bootstrapping* menggunakan *SmartPLS*. Analisis ini mengukur besara pengaruh di antara masing-masing variabel konstruk. Beberapa hal yang harus dipertimbangkan salah satunya adalah uji t. Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% atau 1,966. Tahap ini memperhatikan output dari hasil pengujian *path coefficient*, *coeffient of determinant* (R^2), *t-test* dengan menggunakan *bootstrapping*, dan *predictive relevent* (Q^2). Tabel 4.16 menunjukkan hasil Uji Hipotesis.

Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>P Values</i>	Keterangan
<i>Attitude -> Intention</i>	0,000	Diterima
<i>Subjective Norm -> Intention</i>	0,000	Diterima

<i>Perceived Behavioral Control -> Intention</i>	0,004	Diterima
--	--------------	-----------------

Sumber: Data diolah, 2023

4.3.1 Attitude

Hipotesis satu (H1) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *attitude* dengan *intention* atau minat beli dengan dengan didukung oleh penelian. Ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2) yang memiliki nilai 0,516, nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 5,587. Selain itu, nilai koefisien jalur sebesar 0,000 berada dibawah nilai 0,05 sehingga H1 disetujui. Berdasarkan temuan diatas dapat dikatakan bahwa *attitude* atau perilaku berpengaruh signifikan dan positif terhadap *intention* atau minat beli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

4.3.2 Subjective Norm

Hipotesis dua (H2) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *subjective norm* atau norma subjektif dengan *intention* atau minat beli dengan dengan didukung oleh penelian. Ditunjukkan oleh nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 4,681. Selain itu, nilai koefisien jalur sebesar 0,000 berada dibawah nilai 0,05 sehingga H2 disetujui. Berdasarkan temuan diatas dapat dikatakan bahwa *subjective norm* atau norma subjektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap *intention* atau minat beli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

4.3.3 Perceived Behavioral Control

Hipotesis tiga (H3) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol perilaku dengan *intention* atau minat beli dengan dengan didukung oleh penelian. Ditunjukkan oleh nilai inner model, dan nilai uji t sebesar 2,902. Selain itu, nilai koefisien jalur sebesar 0,004 berada dibawah nilai 0,05 sehingga H3 disetujui. Berdasarkan temuan diatas dapat dikatakan bahwa *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol berpengaruh signifikan dan positif terhadap *intention* atau minat beli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Attitude (Perilaku) terhadap Intention (Minat Beli)

Uji hipotesis dengan menggunakan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa *attitude* atau perilaku mempengaruhi *intention* atau minat beli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H1) dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cunningham & Kwon, (2003) yang menghasilkan bahwa variabel minat beli atau *intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket untuk menghadiri pertandingan *hockey* dengan koefisien sebesar 0,38 dan $p < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *attitude* memiliki hubungan positif dengan variabel *intention*. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Reysen et al., n.d.) yang menghasilkan kesimpulan bahwa sikap atau *attitude* mempengaruhi niat untuk menghadiri *fan convention* dalam penelitian ini adalah *Brony convention* dan sesuai dengan penelitian (Eddosary et al., 2015) yang menghasilkan kesimpulan bahwa *Attitude* atau perilaku mempengaruhi minat untuk menghadiri pertandingan sepakbola dengan koefisien sebesar 0,49 dan $p < 0,001$. Hasil ini menunjukkan bahwa *attitude* atau sikap atau perilaku, seperti sikap atau keyakinan dalam melihat suatu keputusan atau perilaku dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Hasil dalam penelitian ini juga dapat diartikan bahwa responden merasa yakin untuk membeli secara sadar dan terencana.

4.4.2 Pengaruh Subjective Norm (Norma Subjektif) terhadap Intention (Minat Beli)

Uji hipotesis dengan menggunakan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa *subjective norm* atau norma subjektif mempengaruhi *intention* atau minat beli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua (H2) dapat diterima.

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cunningham & Kwon, (2003) yang menyatakan bahwa *subjective norm* atau norma

subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *intention* atau minat beli dengan koefisien sebesar 0,41 dan $p < 0,05$. Dalam penelitian ini *subjective norm* atau norma subjektif memiliki pengaruh yang paling besar terhadap *intention* atau minat beli dibandingkan dengan variabel yang lain. Sehingga faktor-faktor seperti teman, kolega, keluarga, dan pasangan berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Tekanan sosial bisa mendorong seseorang untuk ikut membeli tiket dan menghadiri pertandingan *hockey* yang akan berlangsung. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanisha & Yuliati, 2018) yang menyatakan bahwa *Social Interaction* memiliki *loading factor* terbesar yaitu 0,868 sehingga dapat disimpulkan bahwa *Social Interaction* dimana norma subjektif juga merupakan pengaruh dari lingkungan sosial dalam mempengaruhi perilaku memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk motivasi *fansclub* A.R.M.Y untuk menghadiri atau menonton konser *The Wings Tour in Jakarta* dan penelitian yang dilakukan oleh (Reysen et al., n.d.) yang menghasilkan kesimpulan bahwa norma subjektif atau *subjective norm* mempengaruhi niat untuk menghadiri *fan convention* dalam penelitian ini adalah *Brony convention*.

4.4.1 Pengaruh Perceived Behavioral Control (Persepsi Kontrol Perilaku) terhadap Intention (Minat Beli)

Uji hipotesis dengan menggunakan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol perilaku mempengaruhi *intention* atau minat beli tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga (H3) dapat diterima.

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cunningham & Kwon,(2003) yang menyatakan bahwa variabel Perceived Behavioral Control-time (Persepsi Kontrol Perilaku-Waktu) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *intention* atau minat beli dengan koefisien sebesar 0,12 dan $p < 0,05$ sedangkan Perceived Behavioral Control-Money (Persepsi Kontrol Perilaku-Uang) tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku yang berhubungan dengan waktu seperti ketersediaan waktu luang untuk menonton

pertandingan *hockey* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention* atau minat menghadiri pertandingan *hockey*. Sedangkan persepsi kontrol perilaku yang berkaitan dengan uang untuk menghadiri dan membeli tiket pertandingan *hockey* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *intention* atau minat menghadiri pertandingan *hockey*. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Eddosary et al., 2015) menunjukkan hasil bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat menonton pertandingan sepakbola ditunjukkan dengan koefisien sebesar 0,38 dan $p < 0,001$, dan penelitian yang dilakukan oleh (Reysen et al., n.d.) yang memberikan kesimpulan bahwa persepsi kontrol perilaku mempengaruhi niat untuk menghadiri *fan convention* dalam penelitian ini adalah *Brony convention*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* dengan menggunakan *theory of planned behavior*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel sikap atau *attitude* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap *intention* atau minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Kesimpulan tersebut diambil dari hasil nilai uji t sebesar 5,587. Selain itu, nilai koefisien jalur 0,000 yang berada dibawah nilai 0,05 menunjukkan bahwa variabel *attitude* atau sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Berdasarkan hasil temuan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *attitude* atau sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Sehingga dapat diartikan bahwa ketika seseorang memiliki pandangan positif terhadap suatu perilaku, mereka cenderung mendukung dan terdorong untuk melakukannya. Hal itu juga terjadi

sebaliknya, ketika seseorang memiliki pandangan negatif terhadap suatu perilaku mereka cenderung menolak untuk melakukannya.

2. Variabel norma subjektif atau *subjective norm* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap *intention* atau minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Kesimpulan tersebut diambil dari hasil nilai uji t sebesar 4,681. Dilain sisi, nilai koefisien jalur 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dibandingkan nilai 0,05 menunjukkan bahwa variabel norma subjektif atau *subjective norm* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Berdasarkan hasil temuan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel norma subjektif atau *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Sehingga dapat diartikan bahwa tekanan sosial dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.
3. Variabel persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavior control* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap *intention* atau minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Kesimpulan tersebut diambil dari hasil nilai uji t sebesar 2,902. Selain itu, nilai koefisien jalur 0,000 yang berada dibawah nilai 0,05 menunjukkan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavior control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Berdasarkan hasil temuan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavior control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Hal ini terjadi dikarenakan persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavior control* merupakan keyakinan individu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan mereka dalam mendorong atau menghambat untuk melakukan perilaku tertentu.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan hasil dan kesimpulan yang diambil dapat memberikan kebaikan dan keuntungan baik untuk lingkungan akademik maupun praktis sehingga penelitian ini dapat dikembangkan.

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu ekonomi di bidang manajemen pemasaran dan konsumen. Penelitian ini memberikan hasil bahwa minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta* dipengaruhi oleh elemen-elemen sesuai dengan asumsi *theory of planned behavior*. Elemen-elemen tersebut adalah variabel *attitude* atau sikap, *subjective norm* atau norma subjektif, dan *perceived behavior control* atau persepsi kontrol perilaku yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian tiket konser *Agust D D-Day Tour in Jakarta*. Disimpulkan bahwa adanya kesesuaian antara teori dan fakta lapangan dalam kasus ini. Implikasi manfaat dari hasil penelitian ini bagi pihak akademis diantaranya adalah menjadi acuan dalam penelitian yang lebih mendalam mengenai minat dan keputusan pembelian dengan variabel yang lebih spesifik dalam mendorong atau menghambat minat beli.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan atau rekomendasi bagi promotor konser untuk meningkatkan dan mempertahankan minat beli dalam penjualan tiket konsernya menggunakan dasar pemikiran *theory of planned behavior*. Penelitian ini juga memberikan hasil bahwa teori permintaan dan *theory of planned behavior* sama-sama memiliki pengaruh dalam mempengaruhi minat beli tiket konser sehingga bagi promotor dan penyelenggara konser bisa mempertimbangkan untuk menggunakan asumsi dalam kedua teori ini sebagai acuan dalam mengambil keputusan. Kualitas dan kesesuaian acara dapat ditingkatkan untuk jangkauan konsumen yang lebih luas sehingga dapat terus mempertahankan minat pembelian.

5.3 Saran

1. Bagi Perusahaan atau Promotor

Perusahaan dan promotor disarankan untuk memasukkan indikator-indikator dalam *theory of planned behavior* dalam pertimbangan mengambil keputusan mengenai penawaran tiket konser yang akan diperjual belikan sehingga dapat mencapai angka minat beli yang optimal. Mengembangkan kualitas dan kesesuaian acara untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak minat beli.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan faktor-faktor yang lebih spesifik dan lebih kuat dalam mempengaruhi baik menghambat atau mendorong minat pembelian tiket konser.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior (second edition)*. OPEN UNIVERSITY PRESS.
- Iskandar, D. A., & Halim, N. R. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 415-424.
- Eddosary, M., Ko, Y. J., Sagas, M., & Kim, H. Y. (2015). Consumers' intention to attend soccer events: Application and extension of the theory of planned behavior. *Psychological Reports*, 117(1), 89–102.
- Palupi, T., & Sawitri, D.R. (2017). Hubungan Antara Sikap Dengan Perilaku Pro Lingkungan Ditinjau dari Perspektif Theory of Planned Behavior. *Proceeding Biology Education Conferences*, 14, 214-217.
- Probondani Astuti, N., Bakri, R., Author, C., Bongaya Jl Mappaodang, S. A., & Artikel, H. (2021). *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 3 Secara Online di Masa Pandemi Covid 19*.
- Rajabiyantor, A., Bagus Nyoman Udayana, I., Diansepti Maharani, B., & Studi Manajemen UST Yogyakarta, P. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENONTON FILM DI BIOSKOP (Studi pada Penonton Bioskop Yogyakarta)* (Vol. 3, Issue 2).
- Reysen, S., Chadborn, D., & Plante, C. N. (n.d.). Theory of planned behavior and intention to attend a fan convention. In *JOURNAL OF CONVENTION & EVENT TOURISM* □□□□.
- Schippers, M. Y. (n.d.). *MASTER THESIS Live Music Concert Attendees Motivation, Satisfaction & Loyalty*.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI NIAT BERINVESTASI. *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4043-4068.
- Simanihuruk, P. (2020). PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED

- BEHAVIOR (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)*, 20, 119-140.
- Sugiyono (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tanisha, S., & Yuliati, A. L. (2018). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI FANSCLUB A.R.M.Y MENONTON KONSER BTS THE WINGS TOUR IN JAKARTA*. 17(2). <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Valencialaw, N., Savitri, L., & Utami, S. (n.d.). *Natasya Valencialaw, Lusia Savitri Setyo Utami: K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser K-Pop dan Perilaku Konsumtif Menonton Konser*.

LAMPIRAN

Lampiran A

Kuesioner Penelitian

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER DALAM KAJIAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (STUDI KASUS PEMBELIAN TIKET KONSER AGUST D *D-DAY TOUR IN JAKARTA*)

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Nabila Ariini Rosyada mahasiswa dengan NIM 20313183. Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia sedang melakukan penelitian mengenai "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER DALAM KAJIAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (STUDI KASUS PEMBELIAN TIKET KONSER AGUST D *D-DAY TOUR IN JAKARTA*)" untuk kepentingan menyusun tugas akhir skripsi.

Sehubungan dengan itu, saya membutuhkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dalam pengisian kuesioner penelitian ini. Saya harapkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi dengan jawaban yang valid. Kuesioner ini telah diketahui dan disetujui oleh dosen pembimbing saya dengan tujuan untuk menunjang penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi. Informasi yang diberikan seutuhnya untuk kepentingan akademis dan terjaga kerahasiaannya.

Adapun kriteria mengisi kuesioner ini adalah :

1. Pernah membeli tiket konser *Agust D D-Day Tour* baik *Day 1,2*, ataupun *3*.

Terimakasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Semoga kebaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

A. Identitas Responden

Nama :
No. Handphone :
Usia :
Jenis Kelamin : L/P
Pekerjaan :
Pendidikan :
Pendapatan :

B. Pertanyaan Mengenai Konser

1. Apakah anda menonton konser *Agust D D-day Tour in Jakarta*? (Ya/Tidak)
2. Pada hari ke berapa anda menonton konser *Agust D D-day Tour in Jakarta*? (Day 1/ Day 2/Day 3)
3. Di section mana anda menonton konser *Agust D D-day Tour in Jakarta*? (VIP/Cat 1/Cat 2/Cat 3/Cat 4/Cat 5)

C. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah jawaban yang menurut anda paling sesuai.
2. Setiap pertanyaan membutuhkan satu jawaban saja.
3. Pilihlah jawaban pada skala 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

D. Pernyataan Variabel

NO	FAKTOR SIKAP TERHADAP PERILAKU	PILIHAN				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> merupakan hal yang penting bagi saya.					
2	Membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> sangat bermanfaat bagi saya.					
3	Membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> merupakan keputusan yang bijak.					
4	Membeli tiket konser/menonton konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i>					

	merupakan pengalaman yang menyenangkan.					
5	Tidak ada keraguan bagi saya untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					

NO	FAKTOR NORMA SUBJEKTIF	PILIHAN				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Keluarga mengizinkan dan mendukung saya untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					
2	Saudara saya mendukung saya membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					
3	Teman saya mendukung saya membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					
4	Pasangan saya mendukung saya membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					

NO	FAKTOR PERSEPSI KONTROL PERILAKU	PILIHAN				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Jika saya punya uang saya akan membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					
2	Jika saya ada waktu dan kesempatan membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					

NO	FAKTOR NIAT	PILIHAN				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya berminat membeli tiket konser <i>Agust D D-day Tour in Jakarta</i> .					
2	Saya sudah merencanakan sejak lama untuk membeli tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta</i> .					
3	Saya berusaha untuk mendapatkan tiket konser <i>Agust D D-Day Tour in Jakarta</i> .					

Lampiran B

Tabulasi Data Kuesioner

AT1	AT2	AT3	AT4	AT5	SN1	SN2	SN3	SN4	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4	PBC5	I1	I2
4	4	4	5	4	3	3	2	2	5	5	1	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	1	2	5	5
5	5	5	2	5	4	4	5	2	5	5	2	5	1	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	5	5
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	5	5
4	4	4	5	5	3	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3
4	4	4	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5
5	5	4	5	5	2	2	5	5	5	5	1	1	3	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	5	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5
5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	3	4	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	2	5	3	5	5
5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	2	5	3	5	5
4	4	5	5	5	5	2	5	3	5	5	2	5	4	5	4
5	3	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	2	5	5
3	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4
3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	5	5
5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	1	5	5	3	5	5	5	5
5	4	4	5	5	3	3	4	3	5	5	3	4	3	5	5
4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	2	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	2	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5
5	4	3	5	4	5	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5

4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	2	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	5
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	3	4	3	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5
5	5	5	5	5	1	3	5	3	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5
5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	1	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	3	4	5	5
4	4	4	5	3	3	3	4	3	5	5	3	5	5	5	2
5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	1	1	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	3	5	4
5	4	5	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	3	2	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	1	5	5
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	5	4	2	5	5	5
5	4	4	5	5	3	4	3	1	5	5	2	4	4	5	5
5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	4	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	3	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	1	5	2	5	5
5	5	4	5	5	1	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	1	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	1	1	1	5	5
5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	1	5	5	5	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	4
5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	4	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	2	3	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	1	4	2	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4
1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	3	1	4
3	5	3	5	5	3	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5
3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4
2	5	2	5	5	1	1	5	1	2	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	5	5
5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	1	1	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5
3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5
5	2	4	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	4	5	5
5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5
5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	2	5	5	3	2	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1	5	1	5	5
5	5	5	5	5	3	3	5	1	5	5	4	5	1	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	5

4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	3	2	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5
5	5	5	5	5	3	4	5	1	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	2	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5
3	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	2	5	3	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3	5	2	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	5	3
4	3	3	5	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4
5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5
5	5	3	5	4	3	3	4	3	5	5	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	2	5	5	5	5
3	5	3	5	5	4	4	5	3	4	4	1	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	3	5	5
5	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	3	3	3	5	5
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	5	5
4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	2	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	2	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	4	4	5	5	3	4	4	3	5	5	3	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	2	5	3	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	5	5
3	3	4	5	5	3	3	4	3	5	5	3	5	5	5	3
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	5	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5

5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5
2	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	3
5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	2	3	5	5
4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	5	5
4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4
5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	3	4	3	5	5
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	3	5	2	5	5
3	4	4	5	5	3	3	5	3	5	5	3	3	2	5	5
4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	2	3	2	4	4
5	5	4	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5
5	4	4	5	3	4	4	3	3	5	5	2	5	3	5	5
4	5	5	5	3	4	2	2	4	5	5	1	5	5	5	5
5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	3	5	3
4	5	5	5	3	3	3	4	3	5	5	3	3	3	4	3
5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
4	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	2	3	3	5	5
5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	5	1	5	5
4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	3	3	4	4	3

5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	3	2	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	5	2
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	5	2	5	5
3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	3	4	2
5	5	3	5	3	1	1	2	3	5	5	2	5	5	5	5
4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
3	4	4	5	5	3	5	4	3	5	5	3	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	3	1	4	5	5
3	2	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3
2	4	4	5	5	2	2	4	3	5	5	2	3	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	1	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	2	4	2	4	5
3	3	3	5	5	4	4	5	3	5	5	3	2	2	5	5
3	3	3	5	4	3	3	4	3	4	4	1	4	4	4	5
5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	3	5	1
4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	1	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5
4	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4
4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	1	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5
4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5
5	4	5	5	5	2	4	5	5	5	5	3	5	2	5	5
3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	3	5	5
4	5	3	5	4	5	3	3	5	5	5	1	1	1	1	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5
4	4	4	5	2	4	4	5	3	5	5	3	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	3
5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	2	5	3	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	3	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	1	5	5
5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	4	2	5	5
5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	2	2	2	5	5	5	2	2	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	3	3	5	3	5	5	5	3	5	5	2	5	3	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5
3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	3	3	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	3	5	1	5	5
4	4	4	5	5	4	3	3	3	5	5	2	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5
4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5
2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
2	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	5	3	2	2	5	3	5	5	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	2	5	5
5	5	4	5	4	3	3	4	3	5	5	3	2	2	5	5
3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	2	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	3	2	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	1	5	5
3	3	4	5	5	3	3	3	3	4	4	3	2	2	5	2
4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	2	2	3	5	4

5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	2	5	5
4	3	2	5	5	4	2	4	3	5	5	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5
5	5	4	1	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	1	5	5
3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	3	3	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	2	5	5
4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5
4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5
4	4	4	5	4	3	3	4	3	5	5	3	4	2	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5
4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	5	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	1	4	4	1	5	1	5	5
5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	3	4	4
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5
4	5	5	5	5	3	3	4	2	5	5	1	4	3	4	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5
5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	2	5	5
4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	3	5	5
5	4	5	5	4	3	3	5	3	5	5	3	4	3	5	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5
3	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	3	3	3	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5

5	4	3	5	4	2	2	3	2	4	5	3	3	3	4	5
4	5	4	5	2	4	4	5	3	3	4	2	5	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	1	5	4	5	4
3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5
4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	5	5
2	3	3	5	3	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5
4	3	3	5	4	4	4	5	1	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	1	5	5
5	5	5	5	5	3	4	5	2	5	5	2	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5
3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	3	4	4
5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	3	5	5
4	4	5	5	5	4	4	1	1	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4	2	5	5
4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4
4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
3	3	4	5	5	3	3	4	4	5	5	2	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	1	1	3	1	5	5	3	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	1	1	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
3	4	3	5	2	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5
5	5	4	5	5	4	4	3	3	5	5	3	4	3	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5
4	4	4	5	3	4	5	5	3	5	5	2	5	3	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	3	5	5
5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	2	2	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	2	5	5
5	5	4	5	4	3	5	5	1	5	5	2	4	3	5	4
4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	2	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	3
5	3	2	5	3	5	2	5	5	5	5	1	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	3	4	3	5	5
5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	2	4	2	5	5
5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	3	4	3	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	2	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	5	5
5	5	5	5	4	2	2	4	5	5	5	3	5	2	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5
5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	1	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	3	5	2	1	1	5	5	1	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	2	5	4
4	4	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	2	3	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	1	3	5	5

Lampiran C

Hasil Uji Discriminant Validity

	<i>Attitude</i>	<i>Intention</i>	<i>Perceived Behavior Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
AT1	0,796	0,496	0,498	0,313
AT2	0,774	0,408	0,427	0,298
AT3	0,828	0,485	0,444	0,372
AT4	0,508	0,380	0,529	0,247
AT5	0,704	0,498	0,402	0,372
I1	0,596	0,901	0,650	0,354
I2	0,384	0,604	0,338	0,258
I3	0,512	0,877	0,537	0,323
PBC1	0,573	0,571	0,940	0,287
PBC2	0,614	0,661	0,956	0,309
SN1	0,334	0,248	0,223	0,731
SN2	0,362	0,324	0,234	0,841
SN3	0,316	0,357	0,256	0,738
SN4	0,337	0,200	0,234	0,691

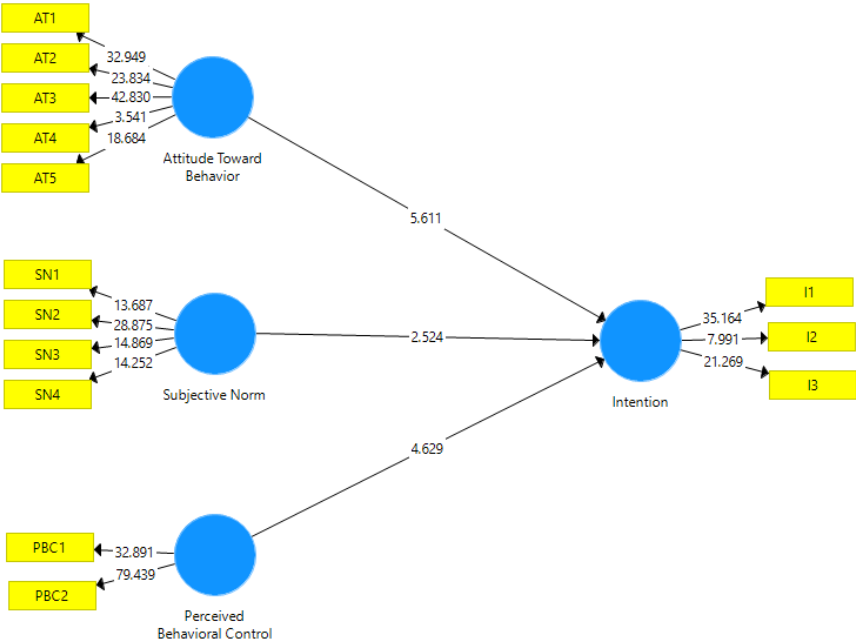
Lampiran D

Composite Reliability dan Cronbach Alpha

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Attitude</i>	0,772	0,848
<i>Intention</i>	0,719	0,843
<i>Perceived Behavior Control</i>	0,888	0,947
<i>Subjective Norm</i>	0,748	0,838

Lampiran E

Gambar model struktural hasil *bootstrapping*



Lampiran F

Hasil Uji Path Coefficient

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviiasi (STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Attitude -> Intention</i>	0,312	0,317	0,056	0,000
<i>Perceived Behavior Control -> Intention</i>	0,419	0,420	0,090	0,000
<i>Subjective Norm -> Intention</i>	0,119	0,123	0,041	0,004

Lampiran G

Coefficient of Determination (R^2)

Variabel	R-Square
Intention	0,516

Lampiran H

Hasil Uji *T*-Test

Variabel	<i>T</i> Statistic	<i>P</i> Values
<i>Attitude -> Intention</i>	5,587	0,0000
<i>Subjective Norm -> Intention</i>	4,681	0,0000
<i>Perceived Behavior Control - > Intention</i>	2,902	0,0008

Lampiran I

Q-square

	<i>SSO</i>	<i>SSE</i>	Q^2 (=1-SSE/SSO)
<i>Attitude</i>	1980,000	1980,000	
<i>Intention</i>	1188,000	815,067	0,314
<i>Perceived Behavior Control</i>	792,000	792,000	
<i>Subjective Norm</i>	1584,000	1584,000	

Lampiran J

Hasil Uji Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,082	0,082
d_ULS	0,702	0,702

Lampiran K

Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>P Values</i>	Keterangan
<i>Attitude -> Intention</i>	0,000	Diterima
<i>Subjective Norm -> Intention</i>	0,000	Diterima
<i>Perceived Behavioral Control -> Intention</i>	0,004	Diterima