

**PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT
KONSUMEN OBYEK AGROWISATA PAGILARAN
DI KABUPATEN BATANG**

INTAN DYAH ANGGREINI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ientan_love2@yahoo.co.id

ABSTRAK

Pariwisata kini merupakan suatu komoditas yang dibutuhkan oleh hampir setiap orang. Dengan melaksanakan aktivitas kepariwisataan seseorang dapat meningkatkan daya kreativitas, mengurangi kejenuhan kerja, membuka wawasan mengenai suatu budaya, relaksasi, mengetahui peninggalan yang berhubungan dari suatu bangsa, berbelanja di negara lain, serta melakukan bisnis. Kabupaten Batang mempunyai beberapa obyek wisata yang masih perlu ditangani lebih serius lagi. Untuk melaksanakan hal tersebut peran pemerintah sebagai fasilitator sangat diperlukan, serta pihak swasta sebagai penyandang dana. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap terhadap minat konsumen obyek Agrowisata Pagilaran Di Kabupaten Batang, baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang belum pernah berkunjung ke Obyek Agrowisata Pagilaran Di Kabupaten Batang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian respponden yang berjumlah 100 responden. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1). Sikap Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Konsumen. 2). Norma Subyektif Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Konsumen. 3). Sikap Dan Norma Subyektif Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Konsumen. 4). Kemampuan sikap dan norma subyektif dalam menjelaskan minat konsumen sebesar 70,3%.

Kata Kunci : Sikap, Norma Subyektif dan Minat Konsumen

Kata Kunci : Sikap, Norma Subyektif dan Minat Konsumen

INFLUENCE ATTITUDES AND SUBJECTIVE NORMS ON CONSUMER INTEREST OF AGRITOURISM

INTAN DYAH ANGGREINI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ientan_love2@yahoo.co.id

ABSTRACT

Tourism is now a commodity needed by almost everyone. By carrying out tourism activities one can increase creativity, reduce job burnout, opening insights into a culture, relaxation, discover related relics of a people, shopping in another country, and do business. Batang has several attractions that still need to be addressed more seriously. To implement the government's role as a facilitator is needed, as well as private funders. The purpose of this study was to analyze the effect of attitudes and subjective norms towards the object of consumer interest Agro Pagilaran In Batang, either partially or simultaneously.

The population in this study were respondents who had never been to the Object Agro Pagilaran In Batang. The sample in this study was partially respponden totaling 100 respondents. Is the primary data type. Methods for collecting data using questionnaires and literature. The analysis technique used is double regression.

The results showed that: 1). Significant Influence Attitudes Toward Positive and Consumer Interests. 2). Subjective Norms and Significant Positive Impact Of Consumer Interests. 3). Attitudes and Subjective Norms Against Significant Influence Consumer Interests. 4). Ability attitudes and subjective norms in explaining consumer interest at 70.3%.

Keywords: Attitude, Subjective Norms and Consumer Interests

Keyword : Sikap, Norma Subyektif dan Minat Konsumen