

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan modifikasi teori perilaku terencana atau *theory of planned behavior* (TPB) yang mengembangkan peran *self identity expressiveness* dan *social identity expressiveness*. Adapun teori perilaku terencana bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi pengaruh dimensi minat yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi perilaku yang terkontrol terhadap niat perilaku pembelian. Dan dalam penelitian ini mengembangkan teori perilaku terencana yang bertujuan untuk mencari pengaruh dari *self identity expressiveness* dan *social identity expressiveness* terhadap keputusan pembelian melalui minat membeli produk herbal. *Self identity expressiveness* yang tinggi berpengaruh positif pada sikap dan norma subyektif yang tinggi akan berpengaruh pada *social identity expressiveness*.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yang mengacu pada rumusan masalah adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang sedang mengkonsumsi produk herbal (pembalut dan pasta gigi) lebih dari 3 bulan di Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada 220 responden yang merupakan mahasiswi dari beberapa universitas di Yogyakarta.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian adalah pengaruh *self identity expressiveness* dan *social identity expressiveness* terhadap keputusan pembelian melalui minat membeli produk herbal. Jika seseorang memiliki *self identity expressiveness* dan *social identity expressiveness* yang tinggi maka akan memiliki niat membeli produk juga tinggi.

Kata kunci : teori perilaku terencana, *theory of planned behavior* , *self identity expressiveness*, *social identity expressiveness* ,minat membeli, produk herbal.