

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, KONTROL PERILAKU,
DAN LABEL HALAL TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK (STUDI KASUS MAHASISWA PERGURUAN TINGGI
AGAMA ISLAM DI PURWOKERTO)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
ELLIN ARIF SAFITRI
NIM. 1817201180

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ellin Arif Safitri

NIM : 1817201180

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Label Halal terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 9 April 2022

Saya yang menyatakan,



Ellin Arif Safitri

NIM. 1817201180



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, KONTROL PERILAKU DAN LABEL HALAL TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (STUDI KASUS MAHASISWA PERGURUAN TINGGI AGAMA ISLAM DI PURWOKERTO)

Yang disusun oleh Saudara **Ellin Arif Safitri NIM 1817201180** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **15 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Pengujian Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafarani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 20 Juni 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Ismail Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Ellin Arif Safitri NIM 1817201180 yang berjudul :

Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Dan Label Halal Terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Di Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 9 April 2022
Pembimbing,



Sulasih. S.E., M.Si.

NIDN. 0619018002

MOTTO

Some were born to be lucky, some were born to be fighters

and i'm lucky to be fighter

-Ellin Arif Safitri-



Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Dan Label Halal Terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Di Purwokerto)

Ellin Arif Safitri

1817201180

E-mail: ellinarifs@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Kosmetik merupakan produk yang tidak bisa terlepas dalam kehidupan sehari-hari. Ketika merencanakan suatu pembelian produk kosmetik dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* yakni teori yang menjelaskan bahwa perilaku terbentuk karena adanya intensi/minat yang dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Selain itu penelitian ini menggunakan label halal sebagai variabel independen lainnya. Sehingga tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal terhadap intensi pembelian produk kosmetik pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasinya adalah Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 397 responden. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *probability sampling* dengan cara *proportionate stratified random sampling* dan teknik lainnya yaitu *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Penelitian ini dianalisis dengan metode regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal berpengaruh positif terhadap intensi pembelian.

Kata kunci: Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Label Halal, Intensi Pembelian

The Influence of Attitudes, Subjective Norms, Behavioral Controls, and Halal Labels on Intentions to Purchase Cosmetic Products (Case Study of Islamic Religious College Students in Purwokerto)

Ellin Arif Safitri

1817201180

E-mail: ellinarifs@gmail.com

Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Cosmetics are products that can not be separated in everyday life. When planning a purchase is influenced cosmetics are products by several factors. This study uses the Theory of Planned Behavior, which is a theory that explains that behavior is formed because of intentions/interests that are influenced by attitudes, subjective norms, and behavioral control. In addition, this study uses the halal label as another independent variable. So the purpose of this study was to determine the effect of attitudes, subjective norms, behavioral control, and halal labels on the intention to purchase cosmetic products in Islamic Religious College Students in Purwokerto.

This research uses quantitative research methods. The population is Islamic Religious College Students in Purwokerto. The number of samples used is 397 respondents. The sample collection technique used probability sampling by means of proportionate stratified random sampling and other techniques, namely non-probability sampling by means of purposive sampling. This research was analyzed by multiple linear regression method.

The results of this study indicate that partially and simultaneously attitudes, subjective norms, behavioral control, and halal labels have a positive effect on purchase intentions.

Keywords: *Attitude, Subjective Norm, Behavioral Control, Halal Label, Intention Purchase*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba ^ʿ	B	Be
ت	ta ^ʿ	T	Te
ث	ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	J	Je
ح	ḥ	H	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha ^ʿ	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra ^ʿ	R	Rr
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan garis dibawah)
ض	d ^ʿ ad	D	de (dengan garis dibawah)
ط	ta	T	te (dengan garis dibawah)
ظ	ža	Z	zet (dengan garis dibawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa ^ʿ	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	„el

م	mim	M	„em
ن	nun	N	„en
و	waw	W	W
هـ	ha“	H	Ha
ء	hamzah	”	Apostrof
ي	ya“	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta‘marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كراهة أولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ
--------------	---------	-------------------

- b. Bila ta‘marbutah hidup atau dengan rakaat, *fathah* atau *kasrah* atau *dommah* ditulis dengan t

4. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	ditulis	a
◌ِ	Kasrah	ditulis	i
◌ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya“ mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa

3.	Kasrah + ya" mati	ditulis	i
	كرين	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	نر و ض	ditulis	Furūd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya" mati	ditulis	ai
	بينكن	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostof

أنتن	ditulis	a"‘auntum
أعدت	ditulis	u"‘iddat

8. Kata Sandang alif + lam

1) Bila diikuti huruf qomariyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

2) Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السواء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	ditulis	ẓawi al-furūd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Label Halal Terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto)”.

Adanya penyusunan skripsi ini peneliti menyadari tentu tidak dapat terlepas dari kelemahan dan kekurangan. Peneliti juga menyadari berkat pertolongan Allah SWT dan dukungan, bimbingan, serta bantuan semua pihak penelitian ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan memberikan dukungan baik berupa materi maupun non materi demi terselesaikannya penelitian ini. Peneliti ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag. selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Sulkhan Chakim, M.Ag. selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Sofwa Safrani SP, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Eknomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Sulasih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap dosen, staf, tata usaha, dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Kedua orangtua tercinta, Bapak Karwan Wawan dan Ibu Riyani yang selalu memberikan dukungan serta motivasi baik dari segi moril maupun materil sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menempuh pendidikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kemuliaan.
11. Adik tersayang, Irfan Setiawan yang selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
12. Legit Squad Emi Mawarsari, Lulu Mungaliyatun Maidah, dan Robi' Mar Atul Hikmah yang selalu ada dalam suka maupun duka. Terimakasih untuk dukungan, motivasi, dan rasa persaudaraan yang telah diberikan.
13. Sahabat sejak SMA, Fatimah dan Ashifa yang selalu memberikan support dan masukan-masukan yang membangun semasa mengerjakan skripsi. Terimakasih untuk semuanya.
14. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah E angkatan 2018 yang membersamai selama dibangku perkuliahan, para calon orang sukses di masa depan.
15. Keluarga Besar Komunitas Studi Ekonomi Islam (KSEI) FEBI UIN Saizu Purwokerto yang membanggakan.
16. Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto yang telah memberikan pengalaman yang luar biasa.
17. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 9 April 2022



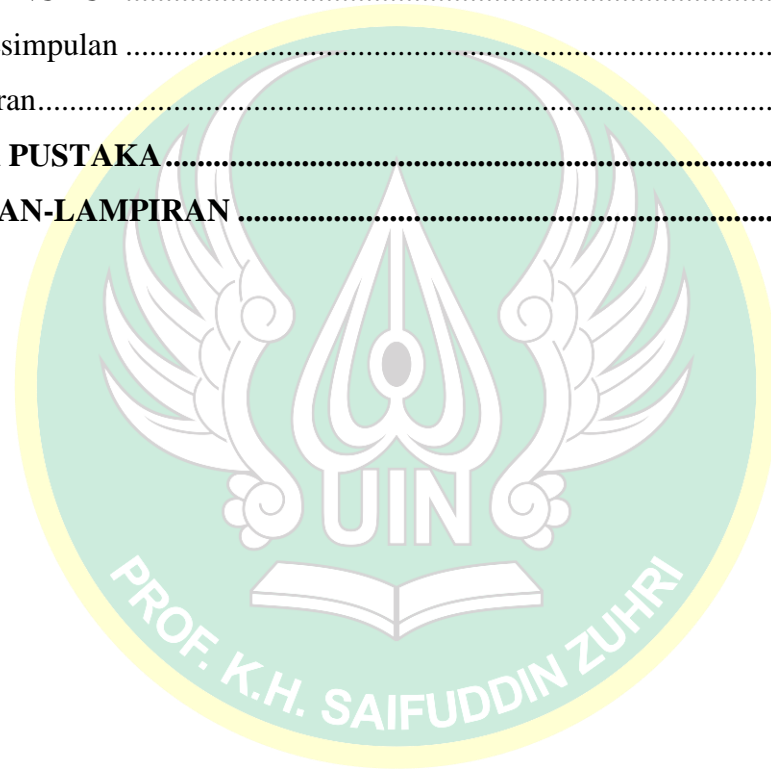
Ellin Arif Safitri
NIM.1817201180



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACK.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori	13
B. Kajian Pustaka.....	23
C. Model Penelitian	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
E. Landasan Teologis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Tempat dan Waktu Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian	34
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	37

E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Sumber Data.....	40
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Karakteristik Responden	53
C. Hasil Penelitian	58
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa Aktif Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto Tahun Akademik 2021/2022	5
Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	24
Tabel 3.1 Responden Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto	36
Tabel 3.2 Indikator Penelitian	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik Yang Ingin Dibeli.....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan	56
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pengeluaran Kosmetik Per Bulan.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji f.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Linieritas	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	89
Lampiran 3 Data Mahasiswa Aktif Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto	102
Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner	105
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	106
Lampiran 6 Sertifikat BTA PPI	112
Lampiran 7 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab	113
Lampiran 8 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris	114
Lampiran 9 Sertifikat Aplikasi Komputer	115
Lampiran 10 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata	115
Lampiran 11 Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa	116
Lampiran 12 Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan	116
Lampiran 13 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal	117
Lampiran 14 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif	118
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	119

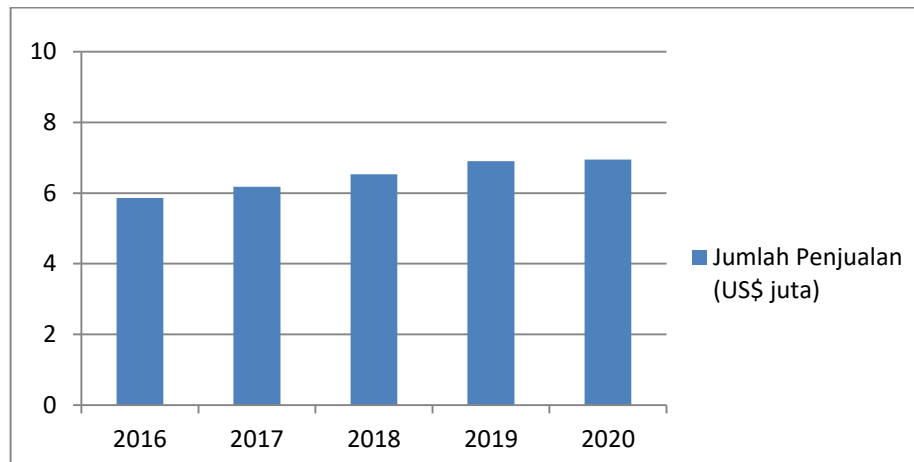
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia menduduki urutan pertama pada tahun 2021 yang memiliki jumlah penduduk muslim paling besar secara keseluruhan berjumlah 231 juta jiwa yang mana 86,7% dari populasi Indonesia dan hampir 13% dari total populasi muslim dunia (World Population Review, 2021). Pada bulan juni 2021 penduduk Indonesia berjumlah 272,23 jiwa yang mana penduduk agama Islam berjumlah 236,53 juta jiwa (86,88%) sehingga dapat diartikan penduduk Indonesia mayoritasnya merupakan muslim (Kusnandar, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa negara Indonesia mempunyai potensi besar di bidang industri halal yang kini menjadi sektor industri pangsa pasar global (Safitri dkk, 2020). Indonesia menduduki peringkat ke-5 pada 2019/2020 dan sebelumnya peringkat ke-10 pada 2018/2019 jika diukur berdasarkan data dari *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) terhadap kekuatan ekonomi syariah pada 73 negara (LPPOM MUI, 2021).

Industri halal sudah berkembang dari yang mulanya terbatas pada makanan, saat ini menyebar ke industri non-makanan yang meliputi pariwisata, keuangan syariah, perlengkapan mandi, dan kosmetik (Rosida, 2018). Dalam *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) 2020, Indonesia mengalami peningkatan di semua sektor industri halal termasuk industri kosmetik yang naik 19 peringkat menjadi peringkat ke-6 (*Indonesia Sharia Economic Festival* (ISEF), 2021). Adapun tren penjualan kosmetik di Indonesia sendiri disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1.1
Penjualan Kosmetik di Indonesia

Sumber: PPAK Indonesia, 2021 dalam <https://bisnisindonesia.id>

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa penjualan kosmetik di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan. Penjualan kosmetik pada tahun 2016 sebesar US\$5,86 juta. Pada tahun 2017 penjualan meningkat menjadi US\$6,18 juta. Tahun 2018 juga mengalami peningkatan menjadi US\$6,53 juta. Pada tahun 2019 meningkat kembali menjadi US\$6,90 juta. Dan pada tahun 2020 penjualan kosmetik mencapai US\$6,95 juta yang masih relatif stagnan dibandingkan tahun lalu. Data tersebut menunjukkan bahwa industri kosmetik memiliki tren perkembangan yang baik dalam lima tahun terakhir. Bahkan ketika awal pandemi Covid-19 industri kosmetik masih mampu tumbuh. Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPAK) memprediksi penjualan produk kosmetik akan meningkat sekitar 7% menjadi US\$7,45 juta pada tahun 2021, dibandingkan penjualan tahun 2020 sebesar US\$6,95 juta. Dilansir dalam laman Kementerian Perindustrian (2021) selama pandemi Covid-19 kebanyakan orang berada di rumah sehingga memiliki waktu lebih untuk merawat badan, rambut, dan kulit. Hal ini berdampak pada bertambahnya kebutuhan kosmetik sehingga menjadi salah satu meningkatnya industri kosmetik. Namun terdapat tantangan yang dihadapi industri kosmetik di Indonesia yakni produk kosmetik yang diedarkan dan diperdagangkan tidak semua memiliki sertifikasi halal

karena masih terdapat produk kosmetik impor sehingga perlu percepatan sertifikasi halal produk kosmetik (LPPOM MUI, 2021). Adanya hal tersebut perlu di perhatikan bagi konsumen terhadap penggunaan produk kosmetik.

Bagi masyarakat muslim penggunaan produk halal adalah wajib dan harus dilakukan (Baihaqi dan Wijayanto, 2021). Umat muslim diwajibkan untuk memakai produk halal dan tidak mengandung bahan-bahan haram. Tetapi tidak hanya halal namun harus *thayyiban* (baik) yakni bermanfaat untuk badan, tidak merusak dan tidak menjijikan serta tidak berlawanan dengan apa yang diperintahkan Allah SWT (Ningtyas dkk., 2021). Oleh karena itu pentingnya kesadaran umat muslim khususnya di Indonesia akan produk halal harus diperhatikan. Allah SWT befirman pada Qs. An-Nahl 16:114.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

Artinya: *Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya. (Qs. An-Nahl 16:114).*

Berdasarkan firman Qs. An-Nahl 16:114 tersebut, Allah SWT mengutus manusia untuk mengkonsumsi apa yang halal dan baik yang dianugerahkan Allah SWT di dunia ini, dan melarang mengkonsumsi apa yang diharamkan. Begitu juga dengan kosmetik, dapat dipakai asalkan pada proses pembuatannya menggunakan bahan yang halal, bukan yang diharamkan (Rosida, 2018). Kosmetik berbeda dengan makanan dan minuman yang langsung masuk ke dalam tubuh. Kosmetik menempel pada kulit wajah dan bagian tubuh lainnya, dalam hal ini tentu akan mempengaruhi syarat sahnya orang muslim dalam beribadah, misalkan ketika shalat yang harus suci dari najis. Maka dari itu, sebagai konsumen harus lebih selektif dalam memilih produk kosmetik yang akan digunakan (LPPOM MUI, 2021).

Pengertian kosmetik menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 445/MenKes/Permenkes/1998 merupakan sediaan atau campuran bahan yang dipakai pada bagian luar tubuh (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar), gigi serta rongga mulut untuk membersihkan, meningkatkan daya tarik, mengganti penampilan, menjaga supaya kondisi tetap baik, memperbaiki bau badan namun tidak bertujuan mengobati/menyembuhkan penyakit. Pengelompokkan kosmetik berdasarkan kegunaannya bagi kulit meliputi kosmetik sebagai perawatan kulit (*skincare cosmetics*) dan kosmetik riasan (dekoratif atau *make up*) (Tranggono dan Latifah, 2007: 6-7).

ZAP beauty index yang merupakan sebuah publikasi riset tahunan menjelaskan bahwa ada tiga generasi perempuan Indonesia dengan sikap berbeda terhadap kecantikan yakni Gen Z (13-22 tahun), Gen Y (23-44 tahun) serta Gen X (45-65 tahun). Dari ketiga generasi tersebut, Gen Z merupakan generasi yang mayoritas pengguna *skincare* sebelum umur 19 tahun sebanyak (36%). Hal tersebut membuktikan bahwa mahasiswa termasuk ke dalam Gen Z yang menjadi mayoritas pengguna *skincare* (*ZAP Beauty Index*, 2020). Sementara itu, *nusa research* menjelaskan bahwa pengguna *make up* pada perempuan di Indonesia mayoritas usia 18-24 tahun yakni 46,8% (*Nusa research*, 2020). Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa mayoritas pengguna kosmetik yang terdiri dari *make up* dan *skincare* didominasi oleh perempuan berusia 18-24 tahun dimana rata-rata pada usia tersebut berada pada jenjang perguruan tinggi. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa termasuk dalam kategori mayoritas pengguna kosmetik. Namun pada kenyataannya produk kosmetik tidak hanya digunakan oleh perempuan tetapi digunakan juga oleh laki-laki (Tranggono dan Latifah, 2007: 3). Hal tersebut sesuai dengan observasi pendahuluan yang telah dilakukan peneliti bahwa data menunjukkan dari 60 mahasiswa, 2 mahasiswa laki-laki menggunakan produk kosmetik. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan partisipasi tidak hanya responden perempuan tetapi

juga responden laki-laki, yakni dengan studi kasus mahasiswa khususnya Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto.

Tabel 1.1
Data Jumlah Mahasiswa Aktif
Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto
Tahun Akademik 2021/2022

No	Nama Perguruan Tinggi Agama Islam	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	3.698	9.249	12.947
2	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	4.626	7.621	12.247
3	Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto	843	794	1.637
Jumlah		9.167	17.664	26.831

Sumber: data primer yang diolah

Peneliti mendapatkan data sejumlah 26.831 mahasiswa aktif semua angkatan yang berkuliah di UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto. Alasan peneliti memilih studi kasus tersebut karena ketiganya merupakan perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto yang berlandaskan nilai-nilai Islam dan mahasiswa muslim menjadi sasaran utama dengan pertimbangan didalam agama Islam secara jelas telah mengatur mengenai konsumsi ataupun penggunaan yang halal. Maka dari itu sudah seharusnya mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto memahami dalam melakukan rencana pembelian terhadap produk kosmetik yang halal dan *thayib* (baik).

Menurut agama Islam mengonsumsi hanya pada produk halal adalah suatu keinginan untuk mematuhi perintah agama, sehingga menimbulkan keterlibatan dan pengaruh konsumen ketika memilih atau membeli produk yang akan dikonsumsi. Maka dari itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pembelian konsumen

terhadap produk kosmetik sehingga perusahaan dapat meningkatkan produksinya baik nasional maupun global (Wahyuningsih, 2018).

Intensi atau minat adalah keinginan untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007: 25). Intensi biasa juga disebut niat. Intensi didefinisikan sebagai niat yang diasumsikan untuk melihat seberapa besar faktor motivasi mempengaruhi perilaku (Efendi dkk., 2020). Kecenderungan seseorang untuk mengambil tindakan membeli berkaitan dengan sikapnya terhadap suatu produk dapat diartikan sebagai intensi atau niat pembelian (Wahyuningsih, 2018). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa istilah intensi, minat, dan niat memiliki arti yang sama, yang membedakan hanya diksi katanya saja.

Intensi pembelian menurut Schiffman (2007) adalah representasi dari seseorang untuk mempunyai kesempatan, peluang, rencana maupun kemauan untuk melakukan pembelian produk maupun jasa dikemudian hari (Baihaqi dan Wijayanto, 2021). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016) intensi pembelian merupakan suatu perilaku konsumen yang mana konsumen memiliki keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Intensi pembelian merupakan tahap dimana konsumen cenderung untuk bertindak sebelum mengambil keputusan pembelian benar-benar dilakukan (Suryowati dan Nurhasanah, 2020). Pada teori perilaku konsumen Kotler dan Armstrong (2013) intensi pembelian ditentukan oleh faktor internal dan eksternal individu ketika melakukan pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016) faktor eksternal yakni lingkungan sosial, budaya, referensi dan situasi. Sedangkan faktor internal yakni dari karakteristik pribadi dan psikologis yang ada pada diri konsumen (Kusumastuti, 2020).

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan landasan teori pada penelitian ini yakni untuk memahami perilaku individu secara rinci. Kemampuan perilaku setiap individu ditentukan oleh intensi atau niat untuk melaksanakan perilaku tersebut. Pada *theory of planned behavior*

ditemukan faktor sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku secara signifikan mempengaruhi intensi perilaku individu. Sikap dan kontrol perilaku merupakan faktor internal pada individu yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap intensi pembelian, dan norma subyektif merupakan faktor eksternal pada individu (Wahyuningsih, 2018). Selain itu label halal juga menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi intensi pembelian seseorang. Pencantuman label halal pada produk sangat penting dan menjadi sebuah keharusan yang akan mempengaruhi keputusan seseorang pada suatu produk (Rosida, 2018).

Faktor pertama yang mempengaruhi intensi pembelian adalah sikap. Setiap individu erat kaitannya dengan sikap sebagai ciri pribadi dari setiap individu (Simanihuruk dkk., 2021). Sikap menurut Fisbein dan Ajzen (1975) adalah faktor yang ada dalam diri individu untuk memberikan jawaban positif atau negatif, menerima atau menolak terhadap penilaian suatu objek (Jogiyanto, 2007: 36). Apabila sikap semakin kuat, maka intensi dan keputusan konsumen untuk membeli juga semakin kuat (Wahyuningsih, 2018). Sesuai pada penelitian Haro (2018) yang mengungkapkan bahwa sikap mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli. Tetapi terdapat perbedaan pada penelitian Witriyana dkk., (2019) yang menunjukkan sikap tidak mempunyai pengaruh terhadap minat beli. Kesimpulan yang didapat dari observasi pendahuluan menyatakan bahwa sikap dari 55 mahasiswa mengetahui produk kosmetik sementara 5 mahasiswa lainnya menyatakan belum mengetahui kosmetik.

Selain sikap, norma subyektif juga menjadi faktor yang mempengaruhi intensi pembelian. Norma subyektif menurut Fishbein dan Ajzen (1977) merupakan keyakinan individu tentang perlu atau tidaknya melakukan suatu perilaku. Norma subyektif menunjukkan rekomendasi dari individu/kelompok individu mempengaruhi atau mengikuti rekomendasi tersebut. Apabila norma subyektif semakin tinggi, maka intensi pembeliannya akan semakin tinggi. Sebaliknya, norma subyektif

semakin rendah, maka intensi pembeliannya akan semakin rendah pula (Efendi dkk., 2020). Pada penelitian Wahyuningsih (2018) mengungkapkan norma subyektif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi konsumen. Sedangkan penelitian Ningtyas dkk., (2021) mengungkapkan norma subjektif tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Kesimpulan yang didapat dari observasi pendahuluan menyatakan bahwa 27 mahasiswa ketika melakukan intensi pembelian dipengaruhi oleh teman, 13 mahasiswa lainnya dipengaruhi orang tua/orang terdekatnya, dan 15 mahasiswa lainnya menyatakan tidak ada pengaruh dari orang lain melainkan atas keinginannya sendiri.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi intensi pembelian adalah kontrol perilaku. Kontrol perilaku diartikan sebagai kemudahan maupun kesulitan dalam melaksanakan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007: 64). Kontrol perilaku menurut Ajzen (2012) diartikan sebagai kepercayaan atau kemampuan individu dalam melaksanakan suatu hal. Ketika individu memiliki rasa kemampuan, maka intensinya akan semakin besar ketika melakukan suatu tindakan (Huda dkk, 2018). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Efendi dkk., (2020) mengungkapkan kontrol perilaku mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat membeli. Namun penelitian tersebut berlawanan dengan penelitian DS Ratnaningsih dan Saptono (2020) yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan tidak berpengaruh terhadap niat pembelian. Dari hasil observasi pendahuluan, mahasiswa mengetahui untuk membeli dan menggunakan produk kosmetik melalui media sosial, iklan, *online store* dan *offline store*.

Selain itu, label halal juga mempengaruhi intensi pembelian. Label halal merupakan pemberian tanda halal atau bukti jaminan kehalalan produk seperti tulisan halal dalam bahasa arab dan tulisan lainnya serta ketentuan dari menteri agama. Label halal memberikan jaminan hukum untuk produk yang bersangkutan telah halal untuk dikonsumsi dan

digunakan masyarakat sesuai ketentuan dalam islam (Suryowati dan Nurhasanah, 2020). Regulasi tentang penempatan label halal pada kemasan produk tertulis dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pasal 38 menyatakan apabila pelaku usaha sudah memiliki sertifikasi halal maka wajib mencantumkan label halal pada kemasan produk dan bagian serta tempat tertentu pada suatu produk (LPPOM MUI, 2021). Masyarakat khususnya yang muslim akan merasa aman dan nyaman ketika menggunakan produk yang terdapat label halal pada kemasannya, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Nanda dan Ikawati, 2020). Selain konsumen, label halal penting bagi semua produsen untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka produksi (Ningtyas dkk., 2021). Apabila label halal yang dimiliki semakin baik, maka semakin meningkat pula intensi pembelian suatu produk, dan begitupun sebaliknya (Hidayati dan Yuliandani, 2020). Pada penelitian Rosida (2018) menunjukkan bahwa *labeling* (label halal) berpengaruh terhadap intensi pembelian. Namun terdapat perbedaan hasil penelitian oleh Suryowati dan Nurhasanah (2020) yang mengungkapkan label halal tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli. Pada hasil observasi pendahuluan, hanya 3 mahasiswa yang menyatakan faktor utama ketika akan menggunakan kosmetik dengan memperhatikan kehalalan produk. Sementara mayoritas mahasiswa lainnya menyatakan alasan yang mendorong intensi pembelian produk kosmetik karena harga, kecocokan terhadap kulit, review produk, *brand*, kualitas produk, serta kenyamanan dan kemanfaatan produk saat digunakan. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran mahasiswa dalam penggunaan kosmetik yang halal sesuai syariat agama islam masih terbilang rendah.

Berdasarkan adanya hasil identifikasi melalui observasi pendahuluan dan adanya perbedaan hasil penelitian atau *research gap* serta ketidaksesuaian teori atau *fenomena gap* yang telah peneliti temukan, maka dari itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang

“Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Dan Label Halal Terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah sikap secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik?
2. Apakah norma subyektif secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik?
3. Apakah kontrol perilaku secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik?
4. Apakah label halal secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik?
5. Apakah sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal secara simultan berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

- a. Mengetahui secara parsial pengaruh positif sikap terhadap intensi pembelian produk kosmetik.
- b. Mengetahui secara parsial pengaruh positif norma subyektif terhadap intensi pembelian produk kosmetik.
- c. Mengetahui secara parsial pengaruh positif kontrol perilaku terhadap intensi pembelian produk kosmetik.
- d. Mengetahui secara parsial pengaruh positif label halal terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

- e. Mengetahui secara simultan pengaruh positif sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh pada penelitian ini yaitu:

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan sebagai referensi dalam mengembangkan teori untuk menekuni faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pembelian produk kosmetik.

b. Manfaat praktis

- 1) Bagi akademik, manfaat penelitian ini dapat menjadi rujukan dan sumber referensi dalam menunjang penulisan karya ilmiah.
- 2) Bagi penulis, manfaat penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan terkait perilaku konsumen dalam intensi pembelian produk kosmetik.
- 3) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat bermanfaat untuk bahan pertimbangan dan informasi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pembelian agar lebih kompetitif dalam menghadapi perilaku konsumen.

D. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini sistematika yang digunakan peneliti terdiri dari 5 (lima) bab dan terbagi menjadi beberapa sub bab yaitu:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori. Pada bab ini meliputi landasan teori, kajian pustaka, model penelitian, hipotesis penelitian, dan landasan teologis.

BAB III Metode Penelitian. Pada bab ini meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan

indikator penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian

serta pembahasan analisis data sehingga memperoleh hasil penelitian

BAB V Penutup. Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Intensi Pembelian

Intensi atau minat diartikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Intensi pembelian merupakan kecenderungan individu untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan sikapnya terhadap suatu produk tertentu (Wahyuningsih, 2018). Menurut Kotler dan Keller (2016), minat beli atau bisa disebut juga intensi pembelian adalah suatu perilaku konsumen yang mana konsumen memiliki keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, yang didasari adanya pengalaman ketika memilih, menggunakan, dan mengonsumsi bahkan menginginkan suatu produk (Suryowati and Nurhasanah, 2020). Intensi pembelian menurut Schiffman (2007) adalah representasi dari seseorang untuk mempunyai kesempatan, peluang, rencana maupun kemauan untuk melakukan pembelian produk maupun jasa dikemudian hari (Baihaqi dkk., 2021)

Intensi pembelian merupakan hasil pertimbangan individu setelah membandingkan sesuatu yang dirasakan dengan harapannya yang mana berkaitan dengan rencana individu untuk membeli suatu produk serta berapa banyak jumlah produk yang dibutuhkan dalam kurun waktu tertentu (Purbohastuti dan Hidayah, 2020). Intensi pembelian juga dapat diartikan sebagai rencana membeli suatu produk atau jasa pada masa yang akan datang yang memberikan petunjuk untuk produsen tentang pembelian sesungguhnya. Studi empiris yang berasal dari teori psikologi sosial dan perilaku konsumen menentukan bahwa intensi pembelian secara umum adalah prediktor yang baik untuk perilaku berikutnya. Ajzen dan Fishbein (1972) mengemukakan bahwa ketika individu tertarik memperoleh suatu produk maupun jasa dapat dikatakan bahwa individu tersebut memiliki intensi untuk melakukan pembelian. Adanya intensi pembelian

diindikasikan dari proses penelusuran informasi, kesediaan memahami produk, mencoba produk dan mendatangi toko (Kusumastuti, 2020).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan intensi pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan individu dalam proses merencanakan suatu produk yang hendak dibeli melalui proses pencarian informasi, kesempatan maupun peluang, pertimbangan, serta ketertarikan pada suatu produk yang akan dilakukan pada masa mendatang. Pada teori perilaku konsumen Kotler dan Amstrong (2013) intensi pembelian ditentukan oleh faktor internal dan eksternal individu ketika melakukan pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016) faktor eksternal yakni lingkungan sosial, budaya, referensi dan situasi. Sedangkan faktor internal yakni dari karakteristik pribadi dan psikologis yang ada pada diri konsumen (Kusumastuti, 2020).

Adapun aspek-aspek dalam intensi pembelian menurut Lucas dan Britt (2003) yakni sebagai berikut:

- a. Ketertarikan (*interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang
- b. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki
- c. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli (Nurhayati, 2020).

Indikator-indikator intensi pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000) terdiri dari lima komponen yaitu:

- a. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk
- b. Pertimbangan untuk membeli
- c. Tertarik untuk membeli
- d. Ingin mengetahui produk
- e. Ingin memiliki produk (Efendi dkk., 2020)

2. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) atau teori perilaku perencanaan dikembangkan oleh Icek Ajzen. Teori ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari *theory of reasoned action* (TRA). *Theory of reasoned action* (TRA) itu sendiri merupakan teori yang disusun untuk berhubungan dengan perilaku orang-orang yang memiliki tingkat tinggi terhadap kontrol kemauannya serta menganggap bahwa semua perilaku adalah dominan dari personaliti dan psikologi sosial. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) tidak semua perilaku berada dibawah kontrol penuh sehingga perlu menambahkan konstruk yang belum ada di TRA yakni kontrol perilaku persepsian. Adanya kontrol perilaku persepsian ini bertujuan untuk memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam melakukan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007: 61–63).

Theory of Planned Behavior (TPB) digunakan untuk memahami perilaku individu secara rinci. Kemampuan perilaku setiap individu ditentukan oleh intensi untuk melaksanakan perilaku tersebut. Di dalam teori ini perilaku individu dikaitkan dengan tiga penyebab yakni keyakinan perilaku yang mengarah pada sikap yang menguntungkan maupun tidak menguntungkan terhadap perilaku, keyakinan normatif yang mengarah pada tekanan sosial yang dirasakan atau norma subyektif, dan kontrol keyakinan yang mengarah pada kontrol perilaku yang dirasakan. Teori ini didasari pada asumsi bahwa seseorang seringkali bertindak dengan perasaan. Setiap individu akan selalu mempertimbangkan segala hal baik dari dalam maupun dari luar dengan konsekuensi dan segala hal yang dipengaruhi maupun mempengaruhi perilaku. Semua pertimbangan yang dilakukan individu tersebut yang pada akhirnya akan membawa pada suatu intensi (Wahyuningsih, 2018).

3. Sikap

Sikap merupakan evaluasi kepercayaan maupun perasaan positif atau negatif dari individu dalam melakukan suatu perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007: 36). Menurut Kotler (2002) sikap yakni penilaian, perasaan

emosional, dan kecenderungan individu terhadap perilaku yang disukai atau tidak disukai dan bertahan lama dari individu terhadap suatu obyek (Ningtyas dkk., 2021). Sikap adalah penggambaran hasil evaluasi individu terhadap suatu obyek yakni perasaan suka maupun tidak suka. Individu akan cenderung mempunyai intensi yang lebih untuk melakukan sesuatu apabila kegiatan tersebut merupakan sesuatu yang disukai (Huda dkk., 2018). Sikap diwujudkan melalui tiga bagian yang terdiri dari:

a. **Komponen Kognitif**

Komponen kognitif berkaitan melalui sesuatu yang didapat oleh individu maupun pengalaman individu yang sifatnya langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan obyek sikap.

b. **Komponen Afektif**

Komponen afektif berkaitan dengan emosi dan perasaan individu terkait obyek sikap. Komponen ini dapat diketahui dari berbagai ungkapan seperti rasa sangat senang hingga sangat tidak senang.

c. **Komponen Konatif**

Komponen konatif berkaitan dengan keinginan individu melaksanakan tindakan berkaitan dengan obyek sikap. Komponen tersebut bukan perilaku nyata, akan tetapi merupakan keinginan untuk melakukan suatu tindakan. Hal ini dapat diukur melalui intensi atau rencana seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk (Suryani, 2012: 162–163).

Indikator-indikator sikap terdiri dari:

- 1) Perasaan suka
- 2) Kepercayaan
- 3) Label halal adalah hal penting
- 4) Kepercayaan terhadap kehalalan (Baihaqi dkk., 2021)

4. Norma Subyektif

Norma subyektif adalah pemahaman seseorang tentang keyakinan orang lain yang dapat mempengaruhi intensi untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Jogyanto, 2007: 42).

Norma subyektif sangat berkaitan dengan harapan orang lain yang dapat mempengaruhi setiap tindakan individu tersebut (Wahyuningsih, 2018). Menurut Fishbein dan Azjen (2005) secara umum norma subyektif memiliki dua komponen yaitu sebagai berikut:

a. Keyakinan norma (*normative beliefs*)

Persepsi ataupun keyakinan terkait harapan orang lain terhadap dirinya yang menjadi acuan untuk menunjukkan perilaku ataupun tidak. Keyakinan yang berkaitan dengan pendapat orang lain yang dianggap penting dan berpengaruh bagi individu maupun tokoh panutan tersebut apakah harus melakukan atau tidak terhadap suatu perilaku tertentu.

b. Motivasi untuk memenuhi (*motivation to comply*)

Motivasi individu untuk memenuhi harapan dapat dilihat dari dinamika antara anjuran-anjuran yang dimengerti oleh individu melalui orang disekelilingnya, dengan motivasi untuk mengikuti pandangan mereka ketika melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut (Ningtyas dkk., 2021).

Adapun indikator-indikator norma subyektif terdiri dari:

- 1) Pengaruh orang-orang penting
- 2) Ajakan teman
- 3) Pengaruh keluarga (Baihaqi dkk., 2021).

5. Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku menurut Ajzen (2012) diartikan seberapa jauh individu percaya maupun merasa memiliki kemampuan untuk melaksanakan sesuatu (Huda dkk., 2018). Kontrol perilaku diartikan sebagai kemudahan/kesulitan melaksanakan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007: 64). Kontrol perilaku mempengaruhi intensi atas asumsi bahwa kontrol keprilakuan yang dipersepsikan oleh seseorang akan memberikan keterkaitan motivasi pada orang tersebut. Kontrol perilaku mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung melalui intensi terhadap perilaku

(Efendi dkk., 2020). Kontrol perilaku menurut Ajzen (2006) mempunyai dua komponen yaitu:

a. Kontrol Keyakinan (*Control Belief*)

Control belief merupakan persepsi atau pun keyakinan individu terkait seberapa sulit merealisasikan suatu perilaku.

b. Kekuatan Faktor Pengendalian (*Perceive Power*)

Perceive power merupakan persepsi individu tentang kemampuannya merealisasikan perilaku berdasarkan pertimbangan risiko dan tantangan yang berkaitan (Dian dan Rinaldi, 2020).

Indikator-indikator kontrol perilaku terdiri dari:

- 1) Kemampuan untuk membeli
- 2) Pengetahuan untuk membeli
- 3) Kemampuan untuk menggunakan
- 4) Pengetahuan untuk menggunakan (Baihaqi dkk., 2021).

6. Label Halal

Label menurut Kotler dan Keller (2013) adalah nama, sebutan, tanda, lambang, desain maupun gabungannya yang berfungsi untuk mengenali barang maupun jasa dari salah satu penjual dan membedakan mereka dari para pesaing (Suryowati dan Nurhasanah, 2020). Adanya label yakni sebagai tanda yang melekat pada kemasan produk tertentu yang memberikan informasi terkait apa yang ada pada produk tersebut. Sedangkan halal berasal dari bahasa arab yang artinya melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi, halal diartikan sebagai hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas oleh hal-hal yang melarangnya (Izzuddin, 2018).

Label halal memberikan bukti tanda halal atau jaminan kehalalan produk seperti tulisan halal dalam bahasa arab dan tulisan lainnya serta ketentuan dari menteri agama. Label halal memberikan jaminan hukum untuk produk yang bersangkutan telah halal untuk dikonsumsi dan digunakan masyarakat sesuai ketentuan dalam islam (Suryowati dan Nurhasanah, 2020).

Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menunjukkan bahwa produk tersebut halal sesuai syariat Islam (Izzuddin, 2018). Adanya sertifikasi halal sebagai syarat memperoleh izin pencantuman label halal pada suatu produk. Regulasi tentang penempatan label halal pada kemasan produk tertulis dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pasal 38 menyatakan apabila pelaku usaha sudah memiliki sertifikasi halal maka wajib mencantumkan label halal pada kemasan produk dan bagian serta tempat tertentu pada suatu produk (LPPOM MUI, 2021). Adanya label halal sebagai penanda kehalalan suatu produk, maka pencantumannya harus mudah untuk dilihat dan dibaca oleh masyarakat. Pencantuman label halal harus dipastikan tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak, serta dilakukan sesuai ketentuan (BPJPH, 2022).

Indikator-indikator label halal terdiri dari:

- a. Gambar, adalah hasil dari tiruan berupa bentuk atau pola yang dibuat dengan coretan alat tulis.
- b. Tulisan, adalah hasil dari menulis yang diharapkan bisa untuk dibaca.
- c. Kombinasi gambar dan tulisan, adalah gabungan antara hasil gambar dan tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian.
- d. Menempel pada kemasan, yang artinya sebagai sesuatu yang melekat (dengan sengaja maupun tidak) pada kemasan suatu produk (Hidayati dan Yuliandani, 2020).

7. Produk Kosmetik

Produk merupakan seluruh jenis jasa maupun barang yang digunakan oleh masyarakat (Kusumastuti, 2020). Kosmetik merupakan bahan atau campuran bahan yang digunakan untuk membersihkan, merawat, meningkatkan penampilan, mengubah penampilan, yang penggunaannya dilakukan dengan mengoles, menempel, memercik, ataupun menyemprot (MUI, 2021). Sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/MenKes/Permenkes/1998 yang dimaksud dengan kosmetik

merupakan sediaan atau campuran bahan yang dipakai pada bagian luar tubuh (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar), gigi serta rongga mulut untuk membersihkan, meningkatkan daya tarik, mengganti penampilan, menjaga supaya kondisi tetap baik, memperbaiki bau badan namun tidak bertujuan mengobati/menyembuhkan penyakit.

Kosmetik berasal dari bahasa Yunani “Kosmetikos” yang artinya ketrampilan menghias, mengatur (Tranggono dan Latifah, 2007: 6). Sejak zaman dahulu, ilmu kedokteran berperan serta dalam dunia kosmetik dan kosmetologi. Hasil penyelidikan etnologi, arkeologi, antropologi di India dan Mesir menyatakan bahwa pemakaian ramuan yakni bahan pengawet mayat, salep-salep aromatik yang dapat diibaratkan sebagai bentuk permulaan kosmetik yang sekarang kitakenal. Adanya penemuan tersebut mengungkapkan perkembangan keahlian khusus pada bidang kosmetik di masa lampau (Tranggono dan Latifah, 2007: 4).

Berdasarkan pengertian di atas yang dimaksud dengan kosmetik merupakan campuran bahan yang digunakan untuk membersihkan, menjaga, meningkatkan penampilan, dan merubah penampilan yang dilakukan dengan cara mengoles, menempel, memercik, ataupun menyemprot pada bagian luar tubuh.

Kosmetik memiliki beberapa golongan yaitu:

- a. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI, kosmetik terbagi menjadi 13 kelompok yaitu:
 - 1) Preparat untuk bayi, contoh minyak bayi, bedak bayi, dll.
 - 2) Preparat untuk mandi, contoh sabun mandi, *bath capsule*, dll.
 - 3) Preparat untuk mata, contoh *mascara*, *eye-shadow*, dll.
 - 4) Preparat wangi-wangian, contoh parfum, toilet water, dll.
 - 5) Preparat untuk rambut, contoh cat rambut, *hair spray*, dll.
 - 6) Preparat pewarna rambut, contoh cat rambut, dll.
 - 7) Preparat *make up* (kecuali mata), contoh bedak, lipstik, dll.
 - 8) Preparat untuk kebersihan mulut, contoh pasta gigi, *mouth washes*, dll.

- 9) Preparat untuk kebersihan badan, contoh *deodorant*, dll.
 - 10) Preparat kuku, contoh cat kuku, *lotion* kuku, dll.
 - 11) Preparat perawatan kulit, contoh pembersih, pelembab, pelindung, dll.
 - 12) Preparat untuk cukur, contoh sabun cukur, dll.
 - 13) Preparat untuk suntan dan *sunscreen*, contoh *sunscreen foundation*, dll.
- b. Penggolongan kosmetik berdasarkan sifat dan proses pembuatan
- 1) Kosmetik modern, yakni kosmetik yang terbuat dari bahan kimia dan diproses dengan teknik modern.
 - 2) Kosmetik tradisional:
 - a) Benar-benar tradisional, yakni terdiri dari mangir, lulur yang terbuat dari bahan alami sesuai resep dan dengan proses turun temurun.
 - b) Semi tradisional, yakni kosmetik yang terbuat secara modern dengan menambahkan bahan pengawet supaya tahan lama.
 - c) Tradisional hanya dinamanya saja, yakni kosmetik yang terbuat tanpa menggunakan bahan yang benar-benar tradisional dan ditambahkan zat pewarna agar serupa dengan bahan tradisional.
- c. Penggolongan berdasarkan kemanfaatan bagi kulit
- 1) Kosmetik perawatan kulit (*skincare cosmetics*)

Kosmetik ini digunakan untuk menjaga kesehatan dan kebersihan kulit yang terdiri dari:

 - Kosmetik untuk membersihkan kulit (*cleanser*): sabun, *cleansing cream*, *cleansing milk*, dan penyegar kulit (*freshener*).
 - Kosmetik untuk melembabkan kulit (*moisturizer*), misalnya *moistrurizing cream*, *night cream*, *anti wrinkle cream*.
 - Kosmetik pelindung kulit, misalnya *sunscreen cream* dan *sunscreen foundation*, *sun block cream/lotion*.

- Kosmetik untuk menipiskan kulit (*peeling*), misalnya *scrub cream* yang berisi butiran-butiran halus yang berfungsi sebagai pengampelas (*abrasiver*).

2) Kosmetik riasan (dekoratif atau *make-up*)

Jenis ini digunakan untuk merias dan menutup cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang menarik serta memunculkan efek psikologis yang baik, seperti percaya diri (*self confidence*).

Adapun bahan-bahan yang biasa digunakan dalam pembuatan kosmetik yang perlu diperhatikan keharamannya yaitu sebagai berikut:

1) Lemak

Lemak dan turunanya (gliserin, gms, cetyl alc, stearylacid, palmitate acid, dll) banyak digunakan sebagai pembuatan lipstik, sabun, krim dan lotion. Bahan-bahan ini dapat berasal dari lemak hewan. Terkait tentang hewan, tentu ada hewan haram atau najis, ada pula yang halal dan disembelih sesuai syariat Islam.

2) Kolagen dan Elastin

Kolagen dan elastin berguna untuk menjaga kelenturan kulit. Zat yang sering digunakan untuk produk pelembab ini merupakan jaringan yang bisa berasal dari hewan.

3) Ekstrak Plasenta dan Amnion (Cairan Ketuban)

Plasenta dan amnion, yang terutama digunakan untuk peremajaan kulit, dapat diperoleh dari hewan, bahkan manusia.

4) Vitamin

Dalam vitamin untuk kosmetik, salah satu zat yang perlu diperhatikan adalah penstabil karena ada yang berasal dari hewan.

5) Asam Alfa Hidroksi (AHA)

AHA sangat berguna untuk mengurangi keriput dan memperbaiki tekstur kulit sehingga kulit menjadi halus dan kenyal. Salah satu senyawa AHA yaitu asam laktat, dalam pembuatannya bisa menggunakan media yang berasal dari hewan.

6) Hormon

Hormon estrogen, ekstrak timus dan melantonin adalah contoh hormon yang berasal dari hewan dan dapat digunakan untuk kosmetik (LPPOM MUI, 2021).

B. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi atau uraian terkait literatur yang relevan dengan topik atau bidang tertentu. Kajian pustaka dapat bermanfaat dan membantu peneliti memberikan konteks serta makna pada penulisan yang sedang dilakukan (Wekke, 2019: 80–81).

Jurnal penelitian Ningtyas dkk., (2021) berjudul Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halal. Teknik analisis yang digunakan yakni analisis regresi berganda dengan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan variabel sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, norma subyektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, serta persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

Jurnal penelitian Huda dkk., (2018) berjudul Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim menggunakan teknik analisis SEM dengan *software* lisrel. Hasil penelitian menunjukkan variabel pengetahuan, sikap, norma subyektif, kendali perilaku, dan komitmen beragama berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku melalui intensi untuk mengonsumsi produk halal.

Jurnal penelitian Wahyuningsih (2018) berjudul Intensi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Dan Produk *Skincare* Halal Di Indonesia: Pendekatan *Theory Of Planned Behavior* menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi konsumen untuk membeli kosmetik dan produk *skincare* halal di Indonesia.

Jurnal penelitian Efendi dkk., (2020) berjudul Faktor-Faktor Niat Membeli Makanan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Muslim Yogyakarta menggunakan teknik analisis regresi dengan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat membeli makanan berlabel halal pada mahasiswa muslim. Norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiusitas secara simultan mempengaruhi niat membeli produk makanan berlabel halal sebesar 36,8% dan 63,2% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

Jurnal penelitian Suryowati dan Nurhasanah (2020) berjudul Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas, dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal dengan teknik analisis SEM melalui *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan label halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli kosmetik halal sedangkan religiusitas dan kesadaran halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli kosmetik halal.

Jurnal penelitian Rosida (2018) berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal (*Survey* Pada Muslimah Di Jawa Barat) menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan *brand*, *price*, dan *labeling* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi pembelian kosmetik halal sedangkan *quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Sedangkan secara simultan variabel *brand*, *price*, *quality* dan *labeling* berpengaruh terhadap intensi pembelian kosmetik halal.

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yunita Ningtyas, Dessy Fitria, Yolanda Sryta Pradani, Mutohar, Nisa Puspita Arum,	Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Konsumen pada	Variabel independen yakni sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku Variabel	Variabel independen pada penelitian skripsi ini yaitu label halal Objek penelitian terdahulu pada produk bersertifikat

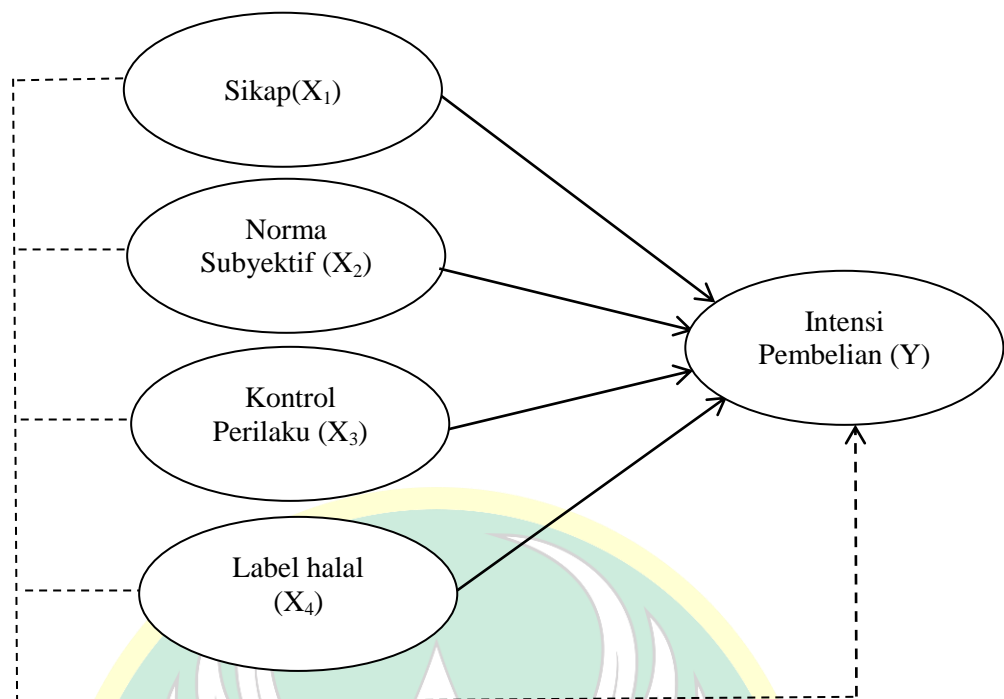
	dan Lu'luul Maknun (2021)	Produk Bersertifikat Halal	dependen yaitu minat beli	halal, sedangkan dalam penelitian skripsi ini pada produk kosmetik Tempat penelitian
2	Nurul Huda, Hulmansyah, dan Nova Rini (2018)	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim	Variabel independen yakni sikap, norma subyektif, dan kendali perilaku. Variabel dependen yaitu intensi.	Variabel independen penelitian terdahulu yaitu pengetahuan dan komitmen beragama, sedangkan penelitian skripsi ini yaitu label halal Variabel dependen yaitu perilaku Objek penelitian terdahulu pada produk halal sedangkan dalam penelitian skripsi ini pada produk kosmetik Tempat penelitian
3	Indah Wahyuningsih (2019)	Intensi Konsumen terhadap Kosmetik dan Produk <i>Skincare</i> Halal di Indonesia: Pendekatan <i>Theory of Planned Behavior</i>	Variabel independen yakni sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Variabel dependen yaitu intensi.	Variabel independen dalam penelitian skripsi ini yaitu label halal Tempat penelitian
4	Riyanto Efendi, Sukidjo, dan Khairul Bahrun (2020)	Faktor-Faktor Niat Membeli Makanan Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim Yogyakarta	Variabel independen yakni norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku Variabel dependen yaitu niat membeli	Variabel independen penelitian terdahulu yaitu religiusitas, sedangkan penelitian skripsi ini yaitu label halal Objek penelitian terdahulu pada produk bersertifikat halal, sedangkan

				dalam penelitian skripsi ini pada produk kosmetik Tempat penelitian
5	Budi Suryowati dan Nurhasanah (2020)	Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas, dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal	Variabel independen y yakni label halal Variabel dependen yakni minat beli	Pada penelitian terdahulu variabel penelitiannya yakni kesadaran halal, religiusitas, sedangkan penelitian skripsi ini yakni sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku Tempat penelitian
6	Rida Rosida (2018)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal (Survey Pada Muslimah di Jawa Barat)	Variabel independen yaitu <i>labeling</i> (label halal) Variabel dependen yaitu intensi pembelian	Variabel independen yaitu <i>brand, price, dan quality</i> , sedangkan penelitian skripsi ini yaitu sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku Tempat penelitian

Sumber: data sekunder yang diolah

C. Model Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal terhadap intensi pembelian dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Model Penelitian

Keterangan:

————— : menunjukkan pengaruh secara parsial

- - - - - : menunjukkan pengaruh secara simultan

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban sementara dari rumusan masalah suatu penelitian yang mana telah dinyatakan kedalam kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2020: 99). Pada penelitian ini hipotesisnya yaitu:

1. Pengaruh sikap terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

Sikap menurut Fisbein dan Ajzen (1975) adalah faktor yang terdapat pada individu dalam memberi jawaban positif atau negatif, menerima atau menolak terhadap penilaian suatu objek (Jogiyanto, 2007: 36). Sikap akan menunjukkan keyakinan individu terhadap penilaian pribadi terhadap kepatuhan yang baik. Maka dari itu, apabila sikap semakin kuat, maka intensi dan keputusan konsumen untuk membelipun semakin kuat (Wahyuningsih, 2018).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Wahyuningsih (2018) menunjukkan bahwa pengaruh sikap berpengaruh positif dan signifikan

terhadap intensi konsumen. Pada penelitian Ningtyas dkk., (2021) juga menunjukkan variabel sikap mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat. Maka dari itu, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Sikap berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik

2. Pengaruh norma subyektif terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

Norma subyektif menurut Fishbein dan Ajzen (1977) merupakan keyakinan individu tentang perlu atau tidaknya melakukan suatu perilaku. Norma subyektif menunjukkan rekomendasi dari individu/kelompok individu mempengaruhi atau mengikuti rekomendasi tersebut. Apabila norma subyektif semakin tinggi, maka intensi pembeliannya akan semakin tinggi. Sebaliknya, norma subyektif semakin rendah, maka intensi pembeliannya akan semakin rendah pula (Efendi dkk, 2020).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Efendi dkk., (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam hal ini norma subyektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat membeli. Penelitian oleh Haro (2018) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa norma subyektif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli. Maka dari itu, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Norma Subyektif berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik

3. Pengaruh kontrol perilaku terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

Kontrol perilaku diartikan sebagai kemudahan maupun kesulitan dalam melaksanakan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007: 64). Kontrol perilaku menurut Ajzen (2012) diartikan sebagai kepercayaan atau kemampuan individu dalam melaksanakan suatu hal. Ketika individu memiliki rasa kemampuan, maka intensinya akan semakin besar ketika melakukan suatu tindakan (Huda dkk, 2018).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Huda dkk., (2018) menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam hal ini kontrol perilaku mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap intensi pembelian. Pada penelitian (Baihaqi dkk., 2021) juga menunjukkan kontrol perilaku mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Maka dari itu, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik

4. Pengaruh label halal terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti jaminan kehalalan produk seperti tulisan halal dalam bahasa arab dan huruf lainnya serta kode dari menteri agama. Label halal memberikan jaminan hukum pada produk tersebut halal untuk dikonsumsi dan digunakan masyarakat sesuai ketentuan islam Suryowati dan Nurhasanah (2020). Masyarakat khususnya yang muslim akan merasa aman dan nyaman ketika menggunakan produk yang terdapat label halal pada kemasannya, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Nanda dan Ikawati, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rosida (2018) menunjukkan bahwa *labeling* (label halal) mempunyai pengaruh terhadap intensi pembelian kosmetik halal. Penelitian oleh Hidayati dan Yuliandani (2020) menunjukkan hasil yang sama yakni label halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Maka dari itu, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Label Halal berpengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik

5. Pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

Sikap menurut Fisbein and Ajzen (1975) ialah faktor yang terdapat dalam diri individu untuk memberikan jawaban positif atau negatif, menerima atau menolak penilaian suatu objek (Jogiyanto, 2007: 36).

Norma subyektif menunjukkan rekomendasi dari individu/kelompok individu mempengaruhi atau mengikuti rekomendasi tersebut. Apabila norma subyektif semakin tinggi, maka intensi pembeliannya akan semakin tinggi (Efendi dkk, 2020).

Adapun kontrol perilaku menurut Ajzen (2012) diartikan sebagai kepercayaan atau kemampuan individu dalam melaksanakan suatu hal. Ketika individu memiliki rasa kemampuan, maka intensinya akan semakin besar ketika melakukan suatu tindakan (Huda dkk, 2018).

Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti jaminan kehalalan produk seperti tulisan halal dalam bahasa arab dan huruf lainnya serta kode dari menteri agama. Label halal memberikan jaminan hukum pada produk tersebut halal untuk dikonsumsi dan digunakan masyarakat sesuai ketentuan islam (Suryowati dan Nurhasanah, 2020). Masyarakat khususnya yang muslim akan merasa aman dan nyaman ketika menggunakan produk yang terdapat label halal pada kemasannya, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Nanda dan Ikawati, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Ningtyas dkk., (2021) menunjukkan sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat beli. Penelitian lain yang dilakukan Efendi dkk., (2020) menunjukkan bahwa norma subyektif, persepsi kontrol perilaku dan religiusitas secara simultan mempengaruhi niat membeli. Penelitian yang dilakukan Rosida (2018) menunjukkan variabel *labeling* mempunyai pengaruh terhadap intensi pembelian kosmetik halal. Penelitian oleh Hidayati dan Yuliandani (2020) menunjukkan hasil yang sama yakni label halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Maka dari itu, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal berpengaruh positif secara simultan terhadap intensi pembelian produk kosmetik.

E. Landasan Teologis

Sebagai umat muslim yang taat, telah diwajibkan untuk menjalankan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT. Di dunia ini, semua sudah diatur oleh Allah SWT melalui al quran dan hadits yakni sebagai pedoman umat muslim dalam bertindak sesuai aturan yang sudah ditetapkan agar nantinya tidak terjerumus ke dalam hal-hal yang buruk, serta senantiasa mendapatkan ridha-Nya. Berkaitan dengan konsumsi atau penggunaan suatu produk, di dalam islam telah diatur secara jelas mengenai konsumsi yang seharusnya dilakukan yakni dalam Qs. Al-Baqarah 2:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, selain itu musuh yang nyata bagimu (Qs. Al-Baqarah 2:168).*

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa islam sudah menetapkan aturan-aturan mengenai kegiatan konsumsi yang seharusnya dilakukan. Umat islam diperintahkan dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk haruslah yang *halallan thoyyiban*, yakni yang tidak hanya halal tetapi baik pula untuk dikonsumsi atau digunakan (Niswah, 2018). Sehingga ketika individu hendak melakukan rencana suatu pembelian kosmetik sudah seharusnya memperhatikan apa yang sudah diperintahkan agar nantinya kosmetik yang digunakan tidak membahayakan tubuh.

Selain memperhatikan produk yang *halallan thoyyiban*, Allah SWT juga berfirman dalam Qs. Al-A'raf 7:32

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

Artinya: *Katakanlah (Muhammad), "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah disediakan untuk hamba-hamba-Nya dan rezeki yang baik-baik?" Katakanlah, "Semua itu untuk orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, dan khusus (untuk mereka saja) pada hari kiamat".*

Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu untuk orang-orang yang mengetahui (Qs. Al-A'raf 7:32).

Di dalam ayat tersebut, Allah SWT membolehkan segala sesuatu yang baik dalam kehidupan dan membolehkan bersenang-senang dengannya. Ayat tersebut juga memiliki makna bahwa umat muslim boleh menggunakan semua bentuk hiasan termasuk kosmetik dan memanfaatkan semua bentuk yang bagus dalam kehidupan ini. Hal tersebut sebagaimana hukum asal dari pada memanfaatkan sesuatu adalah mubah atau boleh. Sedangkan berkaitan dengan kosmetik itu sendiri islam tidak menginginkan sesuatu yang membahayakan bagi penggunaannya. Di dalam kaidah hukum asal dari sesuatu yang berguna adalah mubah atau boleh, sedangkan hukum asal dari sesuatu yang membahayakan adalah terlarang (Oktasari, 2018). Sehingga ketika kita menyikapi penggunaan kosmetik yang bertujuan untuk merawat kulit tubuh dan bagian lainnya yang menimbulkan manfaat tentu saja diperbolehkan.

Tentunya sebagai makhluk sosial pada dasarnya memiliki hasrat mengutamakan kepentingan diri sendiri. Akan tetapi, manusia tidak bisa hidup tanpa berkelompok sebagaimana dijelaskan dalam Qs. Al-Maidah 5:2

....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah SWT, sungguh Allah SWT sangat berat siksa-Nya (Qs. Al-Maidah 5:2).*

Di dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa di dalam Islam sikap tolong menolong berkaitan dengan hal kebaikan dan ketakwaan antar sesama manusia dibenarkan adanya (Zabidi, 2020). Tolong menolong dalam kebaikan akan memberikan pengaruh yang positif pada seseorang dalam kehidupan berkeluarga, berteman, maupun bermasyarakat. Maka dari itu akan menimbulkan rasa kedekatan satu sama lain yang akan memberikan motivasi individu dalam bertindak .

Setiap penggunaan suatu produk yang pada penelitian ini terkait intensi pembelian produk kosmetik, yang mana penggunaan kosmetik diawali adanya suatu proses perencanaan yang melibatkan individu melakukan proses pencarian informasi produk, pertimbangan memperoleh produk, dan adanya ketertarikan membeli produk dikarenakan ingin mendapatkan kulit yang lebih terawat. Saat individu menentukan suatu rencana sebelum menggunakan sebuah produk kosmetik, salah satu upaya yang dapat dilakukan yakni dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk yakni label halal. Sudah menjadi kewajiban bagi seorang muslim untuk selalu memperhatikan produk yang hendak digunakan. Hal ini sesuai dalam firman Allah SWT dalam Qs. An-Nahl 16:114.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: *Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya. (Qs. An-Nahl 16:114).*

Di dalam ayat tersebut Allah SWT mengutus manusia untuk mengonsumsi apa yang halal dan baik yang dianugerahkan Allah SWT di dunia ini, dan melarang mengonsumsi apa yang diharamkan (Rosida, 2018). Konsumsi tidak hanya memiliki arti makan dan minum melalui mulut, akan tetapi penggunaan kosmetik juga diharuskan untuk memperhatikan kehalalannya. Didasari adanya ketentuan fatwa MUI hukum merias diri menggunakan kosmetik yaitu boleh, namun dengan ketentuan bahan-bahan yang digunakan halal dan suci, menghindari penggunaan kosmetik yang haram dan menggunakan bahan tidak jelas kehalalan dan kesuciannya (Amin dan Rachmawati, 2020). Selain itu, ayat tersebut juga menjelaskan agar umat muslim mensyukuri atas nikmat yang diberikan Allah SWT dengan mengontrol dirinya agar tidak berlebihan ketika akan melakukan rencana pembelian produk kosmetik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan yakni penelitian kuantitatif, hal tersebut dikarenakan data yang didapat berupa statistik dan angka-angka hasil pengolahan kuesioner (Sulasih, 2017). Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian hubungan kausal yaitu hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2020: 66). Penelitian hubungan kausal bertujuan untuk mengetahui bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain atau hubungan antara variabel dependen dan independen.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di perguruan tinggi agama islam di Purwokerto yaitu: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober-April 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi ialah wilayah umum yakni obyek atau subyek dengan karakteristik dan jumlah tertentu untuk diteliti dan disimpulkan yang sebelumnya ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2020: 126). Pada penelitian ini populasinya yakni Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto yang terdiri dari UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto yang diasumsikan bahwa ketiganya merupakan perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto yang berlandaskan nilai-nilai Islam dan mahasiswa muslim menjadi sasaran

utama dengan pertimbangan didalam agama Islam secara jelas telah mengatur mengenai konsumsi ataupun penggunaan yang halal.

2. Sampel Penelitian

Sampel ialah unsur dari karakteristik dan jumlah populasi yang harus benar-benar mewakili (Sugiyono, 2020: 127). Peneliti akan memfokuskan sampel pada mahasiswa aktif seluruh angkatan perguruan tinggi agama islam di Purwokerto sebanyak 26.831 mahasiswa. Peneliti menggunakan rumus slovin dikarenakan jumlah populasi sudah diketahui yakni: (Sugiyono, 2020: 137).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel 5%

Pada penelitian ini jumlah sampel dapat diketahui sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{26.831}{1 + 26.831(0,05)^2}$$

$$n = \frac{26.831}{68,0775}$$

$$n = 394,125$$

$$n = 395$$

Dari perhitungan tersebut minimal sampel dalam penelitian ini berjumlah 395 mahasiswa.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan dua jenis teknik pengambilan sampel yakni *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik *probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel dimana anggota populasi yang dipilih sebagai sampel diberi peluang yang

sama (Sugiyono, 2020: 129). Pada penelitian ini metode *probability sampling* yang digunakan yaitu *proportionate stratified random sampling* yang digunakan apabila populasi memiliki anggota yang tidak sama dan bertingkat secara proporsional (Sugiyono, 2020: 130). Rumus alokasi *proportional* merupakan cara pengambilan sampel untuk mengetahui jumlah anggota sampel bertingkat yakni sebagai berikut (Kamal dkk, 2019):

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Keterangan:

n_i = Jumlah anggota sampel menurut stratum

n = Jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i = Jumlah anggota populasi menurut stratum

N = Jumlah anggota populasi seluruhnya.

Dari rumus tersebut dapat diketahui jumlah sampel untuk setiap universitas sebagai berikut:

Tabel 3.1

Responden Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto

Universitas	Populasi	Perhitungan	Jumlah Sampel (Dibulatkan)
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokero	12.947	$\frac{12.947}{26.831} \cdot 395 = 190,60$	191
Universitas Muhammadiyah Purwokerto	12.247	$\frac{12.247}{26.831} \cdot 395 = 180,29$	181
Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto	1.637	$\frac{1.637}{26.831} \cdot 395 = 24,099$	25
Jumlah	26.831	394,989	397

Sumber: data primer yang diolah

Menurut Sugiyono (2020: 143) pada perhitungan yang hasilnya berbentuk pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas sehingga jumlah sampelnya menjadi 397 responden.

Teknik lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel dimana anggota populasi yang dipilih sebagai sampel tidak diberi peluang yang sama (Sugiyono, 2020: 131). Pada penelitian ini metode *non probability sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan menentukan sampel pada kriteria tertentu (Sugiyono, 2020: 133).

Pada penelitian ini kriteria pengambilan sampel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- a. Responden merupakan mahasiswa aktif di UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto/Universitas Muhammadiyah Purwokerto/Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto.
- b. Responden mengetahui produk kosmetik atau memiliki intensi untuk melakukan pembelian produk kosmetik.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan nilai atau atribut atau karakteristik seseorang, objek, atau kegiatan dengan jenis tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020: 68–69). Pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu:

- a. Variabel independen (variabel bebas) ialah variabel yang mempengaruhi/menjadi penyebab munculnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen disimbolkan dengan X. Variabel independen pada penelitian ini yaitu sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3), dan label halal (X_4).
- b. Variabel dependen (variabel terikat) ialah variabel yang dipengaruhi/menjadi akibat adanya variabel independen (variabel

bebas). Variabel dependen disimbolkan dengan Y. Pada penelitian ini variabel dependen adalah intensi pembelian (Y).

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.2
Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Sikap (X ₁)	Sikap menurut (Fisbein dan Ajzen, 1975) ialah faktor yang terdapat dalam diri individu untuk memberikan jawaban positif atau negatif, menerima maupun menolak pada penilaian suatu objek (Jogiyanto, 2007: 36).	1) Perasaan suka 2) Kepercayaan 3) Label halal adalah hal penting 4) Kepercayaan terhadap kehalalan (Baihaqi dkk., 2021).
2	Norma Subyektif (X ₂)	Norma subyektif menurut (Fishbein dan Ajzen, 1977) merupakan keyakinan individu tentang perlu atau tidaknya melakukan perilaku. Norma subyektif menunjukkan rekomendasi dari individu/kelompok individu mempengaruhi atau mengikuti rekomendasi tersebut. (Efendi dkk, 2020).	1) Pengaruh orang-orang penting 2) Ajakan teman 3) Pengaruh keluarga (Baihaqi dkk., 2021).
3	Kontrol Perilaku (X ₃)	Kontrol perilaku menurut (Ajzen, 2012) diartikan seberapa jauh individu percaya maupun merasa memiliki kemampuan untuk melaksanakan sesuatu (Huda dkk, 2018). Kontrol perilaku diartikan sebagai kemudahan/kesulitan melaksanakan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007: 64).	1) Kemampuan untuk membeli 2) Pengetahuan untuk membeli 3) Kemampuan untuk menggunakan 4) Pengetahuan untuk menggunakan (Baihaqi dkk., 2021).
4	Label Halal (X ₄)	Label halal adalah pemberian tanda halal atau bukti jaminan kehalalan produk seperti tulisan halal dalam	1) Gambar 2) Tulisan 3) Kombinasi gambar dan

		bahasa arab dan huruf lainnya serta kode dari menteri agama. Label halal memberikan jaminan hukum pada produk tersebut halal untuk dikonsumsi dan digunakan masyarakat sesuai ketentuan islam (Suryowati dan Nurhasanah, 2020).	tulisan 4) Menempel pada kemasan (Hidayati dan Yuliandani, 2020).
5	Intensi pembelian (Y)	Intensi pembelian menurut Kotler dan Keller (2016) adalah suatu perilaku konsumen yang mana konsumen memiliki keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. (Suryowati dan Nurhasanah, 2020).	1) Tertarik untuk mencari informasi tentang produk 2) Pertimbangan untuk membeli 3) Tertarik untuk membeli 4) Ingin mengetahui produk 5) Ingin memiliki produk (Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Efendi dkk., 2020).

Sumber: data sekunder yang diolah

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang menyajikan dan menjawab pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden (Suliyanto, 2011: 199). Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form*.

Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert bertujuan untuk mengetahui fenomena sosial dengan mengukur pendapat, perbuatan, dan persepsi individu/kelompok. Dalam penelitian, variabel penelitian merupakan fenomena sosial yang ditetapkan tersendiri oleh peneliti (Sugiyono, 2020: 146–147).

Jawaban kuesioner analisis kuantitatif dapat diberi skor:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
 - b. Setuju (S) diberi skor 4
 - c. Netral (N) diberi skor 3
 - d. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
 - e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1
2. Observasi

Observasi menurut Sutrisno Hadi merupakan proses kompleks dari berbagai proses biologis dan psikologis. Proses pengamatan dan ingatan merupakan dua hal yang paling penting (Sugiyono, 2020: 203). Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati perilaku mahasiswa melalui pernyataan observasi pendahuluan yang dilakukan secara *online* melalui *google form*.

F. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

1. Data primer ialah data yang peneliti dapatkan secara langsung melalui sumber pertama (Kurniawan dan Puspitanintyas, 2016: 78). Data primer diperoleh pada penelitian ini melalui observasi pendahuluan serta penyebaran dan pengisian kuesioner/angket oleh mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto yang terdiri dari UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto secara *online* melalui *google form*.
2. Data sekunder ialah data yang peneliti terima/kumpulkan dari bermacam sumber. Data sekunder penelitian ini didapatkan melalui jurnal, buku, skripsi, dan artikel dari internet.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini melalui uji statistik untuk mengolah data primer yang dikumpulkan dari kuisisioner/angket. Adapun uji statistik tersebut yaitu:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid/benar/sah tidaknya suatu kuesioner. Jika kuesioner menunjukkan apa yang hendak diukur, maka pertanyaan/pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n-2$) dengan $\alpha = 0,05$. Indikator dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Ghozali, 2018: 51–52).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki tujuan mengukur indikator dari variabel yaitu kuesioner. Apabila tanggapan/jawaban individu terhadap pertanyaan/pernyataan konsisten, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Teknik uji statistik *cronbach's alpha* dengan SPSS digunakan untuk menguji reliabilitas (Ghozali, 2018: 45–46). Apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan/pernyataan kuesioner dapat dikatakan reliabel (Hidayati dan Yuliandani, 2020).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui nilai residual yang telah distandarisasi oleh model regresi berdistribusi normal/tidak. Nilai residual dianggap normal jika sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Uji normalitas dilakukan dengan cara pendekatan analisis grafik menggunakan *normal probability plot* yakni membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal digambarkan dengan sebuah garis diagonal lurus dari kiri bawah ke atas. Distribusi kumulatif dari data sesungguhnya digambarkan dengan *ploting*. Apabila garis yang menggambarkan

data sesungguhnya mengikuti atau dapat ke garis diagonalnya maka data tersebut dapat dikatakan normal (Suliyanto, 2011: 69).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji di dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Model regresi terdapat gejala multikolinieritas apabila regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi dinyatakan tidak mengandung multikolinieritas apabila nilai TOL > 0,10 dan nilai VIF < 10 (Suliyanto, 2011: 81–82).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji adanya varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas yang digunakan dengan metode *glejser* yakni meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Pada model tersebut akan terjadi gejala heteroskedastisitas apabila terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residual. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0,05) maka tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011: 98).

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk memahami model yang dipastikan linier atau tidak. Dari hasil uji linieritas dapat memberikan informasi apakah model empiris tersebut linier, kuadrat, atau kubik. Untuk mendeteksi apakah model sebaiknya menggunakan persamaan linier atau tidak maka digunakan metode analisis grafik dan metode statistik.

Uji linieritas ini menggunakan metode analisis grafik yang dilakukan dengan mengamati *scatterplot* yang mana sumbu horizontal memperlihatkan nilai prediksi terstandarisasi sedangkan sumbu vertikal memperlihatkan nilai residual terstandarisasi. Apabila plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk pola tertentu maka dapat dikatakan bahwa uji linieritas terpenuhi (Suliyanto, 2011: 145).

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel dependen (variabel terikat) dengan dua atau lebih variabel independen (variabel bebas). Untuk mengetahui pengaruh dari sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3), label halal (X_4) terhadap intensi pembelian produk kosmetik (Y) maka digunakan metode analisis regresi linier berganda dengan rumus berikut ini (Suliyanto, 2011: 54–55):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Intensi pembelian produk kosmetik

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari sikap

b_2 : Koefisien regresi dari norma subyektif

b_3 : Koefisien regresi dari kontrol perilaku

b_4 : Koefisien regresi dari label halal

X_1 : Sikap

X_2 : Norma subyektif

X_3 : Kontrol perilaku

X_4 : Label halal

e : Nilai residu

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan mengukur apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Variabel memiliki pengaruh yang berarti apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan menggunakan satu ujung maka df: α , n-k (Suliyanto, 2011: 62).

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji f atau uji simultan dilakukan untuk memahami keakuratan suatu model (*goodness of fit*). Uji f dilakukan untuk mengukur apakah variabel independen yang digunakan dapat menerangkan perubahan nilai variabel dependen atau tidak. Persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria *fit* (cocok) apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan derajat bebas: df: α , (k-1), (n-k) atau nilai signifikansi $< 0,05$ (Suliyanto, 2011: 61–62).

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat secara bersama-sama. *Adjusted R Square* adalah koefisien determinasi yang disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terdapat penambahan variabel maupun penambahan ukuran sampel (Suliyanto, 2011: 59).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Berdirinya UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto diawali dari pengembangan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994), Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang (1994-1997) yang berada di Purwokerto, dan berganti menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto (1997-2014). Kemudian berganti status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto (2014-2021). Pada tanggal 11 Mei 2021 berganti status menjadi Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berawal dari petunjuk pidato Menteri Agama RI, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri ketika peresmian Sekolah Persiapan (SP) IAIN (saat ini menjadi MAN 1) yang mana memiliki harapan kepada para pendiri SP IAIN supaya usaha pendidikan formal tidak berhenti sampai tingkat Aliyah (SLTA) saja, akan tetapi dapat diteruskan dengan mendirikan fakultas-fakultas agama yang dapat di masukkan ke dalam Institut Agama Islam Negeri (*Al-Djami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah*) Yogyakarta, sehingga dapat memberi kesempatan belajar lebih lanjut kepada lulusan SP IAIN khususnya, dan SLTA pada umumnya.

Ajakan Menteri Agama RI tersebut kemudian disambut oleh K.H. Muslich, yang ketika itu, selain sebagai ketua Yayasan Al-Hidayah, Pendiri SP IAIN, juga anggota DPRGR, Anggota MPRS, serta anggota Dewan Perancang Nasional, dengan mengajak tokoh-tokoh muslim

Banyumas lainnya, antara lain: H.O.S. Noto Soewiryo (Kepala Pengawas Urusan Agama Karesidenan Purwokerto); Drs. Muzayyin Arifin (Ketua SP IAIN Purwokerto); K.H. Muchlis (Penghulu pada Kantor Urusan Agama di Purwokerto), dan Muhammad Hadjid (seorang pengusaha di Purwokerto) untuk mendirikan *Badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga*. Tugas utama badan wakaf ini adalah mendirikan lembaga pendidikan tinggi agama di Purwokerto dengan segera.

Usaha keras Badan Wakaf yang diketuai oleh K.H. Muslich tersebut memperoleh simpati dan dukungan dari masyarakat luas. Oleh karenanya, pada 10 November 1962, Badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga mendirikan Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga. Kemudian, pada tahun itu pula, 12 Desember 1962, Badan wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga secara resmi diakte-notariskan sebagai badan hukum yang mendirikan dan mengelola fakultas tersebut.

Selama Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto telah berjalan selama dua tahun, para pendiri yang dibantu para Residen Banyumas, melalui Rektor IAIN Al-Djami'ah Al-Hukumiyah Yogyakarta mengusulkan kepada Menteri Agama agar Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto dinegerikan.

Kemudian setelah melalui Keputusan Menteri Agama Nomor 68 Tahun 1964 Tanggal 9 September 1964, Fakultas tersebut dinegerikan dan menginduk kepada IAIN Al-Djami'ah Al-Hukumiyah Yogyakarta, yang kemudian berubah namanya menjadi IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Serah terima penegerian Fakultas Tarbiyah Purwokerto sekaligus penggabungannya dengan IAIN Sunan Kalijaga dilakukan pada 3 Nopember 1964. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga Purwokerto resmi menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto.

Melalui peninjauan geografis dan efisiensi pembinaan teknis kewilayahan berdasarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 385 Tahun 1993, Nomor 394 Tahun 1993, dan Nomor 408 Tahun 1993, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto dilimpahkan dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada IAIN Walisongo Semarang. Pada tanggal 13 Desember 1994 dilaksan serah terima pengindukan dari IAIN Sunan Kalijaga kepada IAIN Walisongo. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Purwokerto berubah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto.

Kemudian, dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri pada 21 Maret 1997, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, sebagai perguruan tinggi yang mandiri untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas.

Perubahan status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto ini memberi otonomi yang besar dan peluang yang banyak untuk mengembangkan potensi yang dimiliki STAIN Purwokerto sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan potensi civitas akademika, dengan cara membuka Jurusan dan Program Studi baru, serta melakukan penyempurnaan kurikulum dan melakukan reformasi dalam berbagai aspek.

Pada tahun 2012 STAIN Purwokerto membuka Pascasarjana Strata 2 (S-2) yaitu Program Studi Hukum Ekonomi Syari`ah (HES) dan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Kemudian STAIN membuka program studi untuk Strata I (S.I) yaitu program studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) dan Manajemen Dakwah (MD) berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 164 Tahun 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Prodi.

Melalui Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014 ditetapkan bahwa adanya perubahan status dari sekolah tinggi (STAIN Purwokerto) menjadi institute yang kemudian diikuti dengan penambahan 10 program studi strata satu (S-1) baru berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 547 Tahun 2015 dan 6 program studi jenjang pascasarjana strata dua (S-2). IAIN Purwokerto mengelola 21 prodi S-1, 6 prodi S-2, dan 1 program Doktor (S-3) Studi Islam Interdisipliner.

Tahun 2021 terjadi perubahan status kembali dari intitut menjadi universitas yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden Nomor 41 tahun 2021 tentang Perubahan IAIN Purwokerto menjadi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri pada tanggal 11 Mei 2021.

Visi dan Misi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yaitu:

a. Visi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menjadi Universitas Islam yang unggul, progresif, dan integratif dalam pengembangan ilmu, teknologi dan seni di ASEAN Tahun 2040.

b. Misi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

- 1) Misi Mengembangkan pendidikan akademik, vokasi, dan profesi yang berkualitas dalam pengembangan ilmu, teknologi dan seni;
- 2) Menyelenggarakan penelitian yang inovatif dan integratif berbasis nilai keislaman, lokalitas dan keindonesiaan;
- 3) Melakukan transformasi masyarakat sesuai dengan nilai keislaman, lokalitas, keindonesiaan dan perkembangan global;
- 4) Membangun kerja sama yang produktif dan kolaboratif dalam pengembangan ilmu, teknologi dan seni;
- 5) Mewujudkan tata kelola kelembagaan secara profesional berstandar nasional dan internasional (UIN Saizu Purwokerto, 2022).

2. Sejarah Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) adalah perguruan tinggi swasta terbesar di Jawa Tengah bagian barat terakreditasi B.

UMP adalah peralihan dari Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Purwokerto yang didirikan tanggal 5 April 1965 bertepatan dengan hari Senin 3 Dzulhijah 1384 H yang merupakan cabang IKIP Muhammadiyah Surakarta cabang Purwokerto terdiri dari dua fakultas yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) dan Pendidikan Umum. Pada tahun 1968 IKIP Muhammadiyah Surakarta Cabang Purwokerto memisahkan diri dari induknya dan berubah menjadi IKIP Muhammadiyah Purwokerto dengan Rektor pertama IKIP Muhammadiyah Purwokerto adalah Drs. H. Djarwoto Aminoto Tahun 1974/1975 IKIP Muhammadiyah Purwokerto membuka fakultas baru, yaitu Fakultas Keguruan Ilmu Sosial (selanjutnya menjadi FPIPS) dengan jurusan Pendidikan Geografi. Pada tahun 1981/1982 Fakultas Keguruan Seni dan Sastra dibuka dengan jurusan Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia dan Pendidikan Bahasa Inggris.

IKIP Muhammadiyah Purwokerto membuka tiga jurusan baru pada tahun 1983/1984, yaitu Jurusan Pendidikan Moral Pancasila dan Kewargaan Negara (PMP-KN), Jurusan Pendidikan Sejarah yang bernaung di bawah Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) dan Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan (PPB) sebagai bagian dari Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP). Kemudian tahun 1984/1985 berdiri Fakultas Tarbiyah IKIP Muhammadiyah Purwokerto yang embrionya berasal dari Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Muhammadiyah.

Pada tahun 1985 IKIP Muhammadiyah Purwokerto merelokasi kampusnya dari Jalan Dr. Angka ke Dukuwaluh Purwokerto. Perpindahan ini berlangsung secara bertahap. Proses perpindahan ini baru selesai dengan ditandai seluruh kegiatan dan perkantoran IKIP

Muhammadiyah ke Dukuhwaluh pada tanggal 1 Oktober 1986. Selanjutnya pada tahun akademik 1987/1988 dibuka Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam dengan dua jurusan, yaitu jurusan Pendidikan Matematika dan Jurusan Pendidikan Biologi.

Tahun 1995 dengan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan No.345/DIKTI/Kep/1995 tertanggal 26 Juli 1995 tentang Perubahan Bentuk Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Purwokerto di Purwokerto menjadi Universitas Muhammadiyah Purwokerto di Purwokerto. Jadi setelah 30 tahun lebih berbentuk IKIP sejak tanggal 26 Juli 1995 menjadi Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Perubahan ini membawa konsekuensi, yaitu penutupan IKIP Muhammadiyah Purwokerto, penyesuaian dan penyempurnaan antara nama universitas, fakultas, dan program studi. Dalam Diktum Kedua Surat Keputusan tersebut juga diberikan status terdaftar pada fakultas-fakultas baru beserta jurusan dan program studinya, yaitu Teknik (Sipil dan Kimia), Pertanian (Sosial Ekonomi dan Budidaya Tanaman Holtikultura), Perikanan (Budidaya Perairan dan Manajemen Sumberdaya Perairan), dan Fakultas Ekonomi (Manajemen S1/ D3, Akuntansi S1/D3) yang didirikan tanggal 1 Juni 1995. Tanggal 9 Oktober 1997 Fakultas Tarbiyah Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang dikuatkan dengan SK Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam No.E/326/1999 tertanggal 14 Oktober 1999. Kemudian pada tanggal 8 April 1998 Fakultas Psikologi menyusul dibuka dengan Program Studi Psikologi untuk jenjang S1 dengan SK Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI No.113/DIKTI/KEP/1998. Pada Tahun Akademik 2000/2001 Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan Surat Keputusan Dirjen DIKTI No.226/DIKTI/KEP/2000 tanggal 13 Juli 2000 membuka fakultas-fakultas baru, yaitu Fakultas

Sastra, Fakultas Hukum, Fakultas Farmasi dan mengembangkan Fakultas Perikanan menjadi Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan serta membuka jurusan Teknik Elektro pada Fakultas Teknik.

UMP memiliki 11 Fakultas dengan 36 Program Studi D3, D4 dan S1, 7 Program Studi Pascasarjana dan 5 Program Profesi. UMP saat ini telah berkembang menjadi salah satu perguruan tinggi swasta yang diperhitungkan, ini terlihat dengan terus meningkatnya jumlah mahasiswa yang diterima. Dengan didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai UMP membekali para lulusannya dengan ilmu pengetahuan yang baik yang dibalut dalam jiwa Islam, sehingga diharapkan lulusan UMP dapat menjadi "*Rahmatan Lil 'Alamin*"

Visi Universitas Muhammadiyah Purwokerto adalah “Menjadi Universitas Unggul, Modern dan Islami”.

- a. Unggul adalah universitas memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan manajemen.
- b. Modern adalah universitas selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan terbaru (mutakhir) sesuai dengan kebutuhan zaman.
- c. Islami adalah penyelenggaraan universitas berlandaskan prinsip dan nilai Al-Quran dan Al-Sunnah.

Misi Universitas Muhammadiyah Purwokerto:

- a. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat secara profesional serta menjalankan universitas sesuai dengan prinsip *good university governance*.
 - b. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni sesuai dengan tuntutan zaman.
 - c. Mengaktualisasikan prinsip-prinsip dan nilai-nilai islam dalam penyelenggaraan universitas (Ump.ac.id, 2022).
3. Sejarah Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto (UNU) merupakan sebuah perguruan tinggi swasta yang ada di Purwokerto, Provinsi Jawa

Tengah, Indonesia. Universitas ini merupakan sebuah perguruan tinggi yang secara kelembagaan berada di bawah naungan Pengurus Besar Nahdlatul Ulama dan didirikan pada 30 November 2016.

Peresmian pendirian universitas ini ditandai dengan penyerahan Surat Keputusan (SK) oleh Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Menristekdikti) Prof. H. Mohamad Nasir, Drs., Ak., M.Si., Ph.D kepada Rektor UNU Purwokerto Prof. Dr. Ir. Achmad Sodik, M.Sc.Agr. Pendirian UNU Purwokerto ini berdasarkan Surat Keputusan (SK) Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) dengan Nomor 494/KPT/I/2016. Peresmian ini dihadiri oleh Ketua PBNU, Bupati Banyumas, Ir. H Achmad Husein dan Syech bin Abdul Qodir Assegaf.

Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto memiliki 2 fakultas dan 13 program studi, dengan jenjang Strata 1 (S1). Adapun fakultas yang dimaksud adalah Fakultas Sosial, Ekonomi dan Humaniora (Sosekhum) dan fakultas Saint dan Teknologi (Saintek). Program Studi Manajemen, Akuntansi, Ilmu Hukum, Hukum Syariah, Administrasi Publik, Pendidikan Bahasa Inggris untuk Fakultas Sosekhum). Program studi Agroteknologi, Teknologi Pangan, Teknik Pertanian dan Biosistem, peternakan, Biologi, Matematika dan Ilmu Perikanan untuk Fakultas Saintek.

Visi UNU Purwokerto:

Menjadi Universitas unggul di tahun 2032 dalam menghasilkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkarakter nilai-nilai Islam Aswaja An-Nahdliyah, berjiwa wirausaha, dan berwawasan global serta pengembangan IPTEKS untuk kemaslahatan umat.

Misi UNU Purwokerto:

- a. Menyelenggarakan pendidikan guna menghasilkan sumber daya manusia bermoral dan jujur yang memiliki nilai-nilai keislaman Aswaja An-Nahdliyah dan kompetensi akademik berwawasan

- global, kemampuan kepemimpinan, kewirausahaan, kemampuan memecahkan masalah untuk pembangunan masyarakat Indonesia.
- b. Menyelenggarakan penelitian untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, budaya, dan seni berlandaskan nilai-nilai keislaman Aswaja An-Nahdliyah yang berorientasi global guna menjawab permasalahan nasional dan meningkatkan kualitas hidup dan peradaban.
 - c. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan industri menuju terciptanya masyarakat madani yang ber Bhinneka Tunggal Ika.
 - d. Mengembangkan kerjasama dalam pengembangan dan penerapan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan/atau Seni, pada tingkat lokal, nasional, dan internasional (UNU Purwokerto, 2022).

B. Karakteristik Responden

Sampel pada penelitian ini dilakukan terhadap 397 responden yang diperoleh dari populasi mahasiswa perguruan tinggi agama islam di Purwokerto yang terdiri dari: UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto berjumlah 26.831 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yakni *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik *probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel dimana anggota populasi yang dipilih sebagai sampel diberi peluang yang sama (Sugiyono, 2020: 129). Pada penelitian ini metode *probability sampling* yang digunakan yaitu *proportionate stratified random sampling* yang digunakan apabila populasi memiliki anggota yang tidak sama dan bertingkat secara proporsional (Sugiyono, 2020: 130). Teknik lain yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel dimana anggota populasi yang dipilih sebagai sampel tidak diberi peluang yang sama (Sugiyono, 2020: 131). Metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan

menentukan sampel pada kriteria tertentu (Sugiyono, 2020: 133). Pertimbangan sampel pada penelitian ini merupakan mahasiswa aktif di perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto dan mengetahui kosmetik/memiliki intensi pembelian kosmetik. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Responden pada penelitian ini berdasarkan asal perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto yang terdiri dari: UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

No	Asal Perguruan Tinggi	Jumlah	Persentase
1.	UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	191	48,1%
2.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	181	45,6%
3.	Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto	25	6,3%
Total		397	100%

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dari UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berjumlah 191 responden atau 48,1%. Universitas Muhammadiyah Purwokerto berjumlah 181 atau 45,6% dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto berjumlah 25 responden atau 6,3%. Diantara ketiga perguruan tinggi tersebut jumlah responden yang paling banyak yakni UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, hal ini dikarenakan mempunyai jumlah populasi yang paling besar sehingga jumlah sampelnya juga lebih banyak. Sedangkan jumlah responden yang paling sedikit berasal dari Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, hal tersebut dikarenakan memiliki jumlah populasi yang paling sedikit diantara perguruan tinggi agama Islam yang lain.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	39	9,8%
2.	Perempuan	358	90,2%
Total		397	100%

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 39 orang atau 9,8% dan responden perempuan berjumlah 358 orang atau 90,2%. Responden didominasi oleh perempuan dikarenakan perempuan lebih cenderung membutuhkan kosmetik dalam kesehariannya sehingga yang lebih mengetahui dan memiliki intensi yang besar terhadap kosmetik berasal dari jenis kelamin perempuan.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden pada penelitian ini berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17-19 tahun	50	12,6%
2.	20-22 tahun	316	79,6%
3.	23-25 tahun	28	7%
4.	> 25 tahun	3	0,8%
Total		397	100%

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden berusia 17-19 tahun berjumlah 50 responden atau 12,6%, 20-22 tahun berjumlah 316 responden atau 79,6%, 23-25 tahun berjumlah 28 responden atau 7%, dan > 25 tahun berjumlah 3 responden atau 0,8%. Usia responden paling banyak pada rentang 20-22 tahun atau sebesar 79,6% yang mengindikasikan bahwa responden yang mengetahui/memiliki intensi pembelian kosmetik pada usia tersebut.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik Yang Ingin Dibeli

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik Yang Ingin Dibeli

No	Jenis Kosmetik	Jumlah	Persentase
1.	<i>Skincare Cosmetic</i>	200	50,4%
2.	<i>Make Up Cosmetic</i>	38	9,6%
3.	<i>Skincare Cosmetic dan Make Up Cosmetic</i>	159	40%
Total		397	100%

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kosmetik yang ingin dibeli berdasarkan jenis *skincare cosmetic* berjumlah 200 responden atau 50,4%, jenis *make up cosmetic* berjumlah 38 responden atau 9,6%, serta jenis *skincare cosmetic* dan *make up cosmetic* berjumlah 159 responden atau 40%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto memiliki rencana untuk melakukan pembelian produk kosmetik dengan jenis *skincare cosmetic*. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan pengamatan peneliti, bahwa hampir semua mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan lebih cenderung membutuhkan *skincare cosmetic*.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

Responden pada penelitian ini berdasarkan uang saku per bulan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

No	Uang Saku Per Bulan	Jumlah	Persentase
1.	≤ Rp 100.000,- – Rp 500.000,-	233	58,7%
2.	Rp 600.000,- – Rp 1.000.000,-	121	30,5%
3.	Rp 1.100.000,- – Rp 1.500.000,-	35	8,8%
4.	≥ Rp 1.600.000,-	8	2%
Total		397	100%

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden berdasarkan uang saku/bulan \leq Rp 100.000,- – Rp 500.000,- berjumlah 233 responden atau 58,7%, Rp 600.000,- – Rp 1.000.000,- berjumlah 121 atau 30,5%, Rp 1.100.000,- – Rp 1.500.000,- berjumlah 35 responden atau 8,8%, dan \geq Rp 1.600.000,- berjumlah 8 responden atau 2%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto memiliki uang saku per bulan pada kisaran \leq Rp 100.000,- – Rp 500.000,- atau sebesar 58,7%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pengeluaran Kosmetik Per Bulan

Responden pada penelitian ini berdasarkan rencana pengeluaran kosmetik dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pengeluaran Kosmetik Per Bulan

No	Jumlah Pengeluaran Kosmetik/Bulan	Jumlah	Persentase
1.	\leq Rp 100.000,-	206	51,9%
2.	Rp 150.000,- – Rp 200.000,-	125	31,5%
3.	Rp 250.000,- – Rp 300.000,-	55	13,8%
4.	\geq Rp 300.000,-	11	2,8%
Total		397	100%

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden berdasarkan jumlah rencana pengeluaran kosmetik per bulan \leq Rp 100.000,- berjumlah 206 responden atau 51,9%, Rp 150.000,- – Rp 200.000,- berjumlah 125 responden atau 31,5%, Rp 250.000,- – Rp 300.000,- berjumlah 55 responden atau 13,8%, dan \geq Rp 300.000,- berjumlah 11 responden atau 2,8%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto memiliki rencana pengeluaran kosmetik \leq Rp 100.000,- atau sebesar 51,9%.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid/benar/sah tidaknya suatu kuesioner. Jika kuesioner menunjukkan apa yang hendak diukur, maka pertanyaan/ Pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n-2$) dengan $\alpha = 0,05$. Indikator dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Ghozali, 2018: 51–52).

Nilai r_{tabel} dicari dengan tabel statistik pada signifikansi 0.05 yakni sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 397 - 2 \\ &= 395 \\ &= 0,083 \end{aligned}$$

Uji validitas dilakukan menggunakan aplikasi program SPSS 20 for windows dengan menghasilkan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Sikap (X_1)	X1.1	0,727	0,083	Valid
	X1.2	0,756	0,083	Valid
	X1.3	0,754	0,083	Valid
	X1.4	0,693	0,083	Valid
Norma Subyektif (X_2)	X2.1	0,767	0,083	Valid
	X2.2	0,777	0,083	Valid
	X2.3	0,703	0,083	Valid
Kontrol Perilaku (X_3)	X3.1	0,736	0,083	Valid
	X3.2	0,776	0,083	Valid
	X3.3	0,760	0,083	Valid
	X3.4	0,792	0,083	Valid
Label Halal (X_4)	X4.1	0,702	0,083	Valid
	X4.2	0,658	0,083	Valid
	X4.3	0,640	0,083	Valid
	X4.4	0,733	0,083	Valid

Intensi Pembelian (Y)	X5.1	0,814	0,083	Valid
	X5.2	0,840	0,083	Valid
	X5.3	0,862	0,083	Valid
	X5.4	0,838	0,083	Valid
	X5.5	0,777	0,083	Valid

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada masing-masing item pernyataan yakni pada variabel sikap berjumlah 4 pernyataan, variabel norma subyektif berjumlah 3 pernyataan, variabel kontrol perilaku berjumlah 4 pernyataan, variabel label halal berjumlah 4 pernyataan, dan variabel intensi pembelian berjumlah 5 pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,083$). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan kuesioner dinyatakan valid dan dapat diikutsertakan pada analisis berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki tujuan mengukur indikator dari variabel yaitu kuesioner. Apabila tanggapan/jawaban individu terhadap pertanyaan/pernyataan konsisten, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Teknik uji statistik *cronbach's alpha* dengan SPSS digunakan untuk menguji reliabilitas (Ghozali, 2018: 45–46). Apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan/pernyataan kuesioner dapat dikatakan reliabel (Hidayati dan Yuliandani, 2020).

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Sikap (X_1)	0,708	Reliabel
Norma Subyektif (X_2)	0,617	Reliabel
Kontrol Perilaku (X_3)	0,765	Reliabel
Label Halal (X_4)	0,613	Reliabel
Intensi Pembelian (Y)	0,896	Reliabel

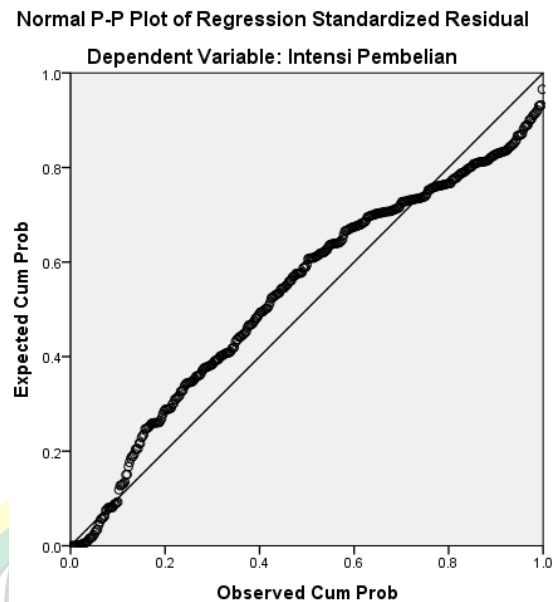
Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3), label halal (X_4), dan intensi pembelian (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui nilai residual yang telah distandarisasi oleh model regresi berdistribusi normal/tidak. Nilai residual dianggap normal jika sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Uji normalitas dilakukan dengan cara pendekatan analisis grafik menggunakan *normal probability plot* yakni membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal digambarkan dengan sebuah garis diagonal lurus dari kiri bawah ke atas. Distribusi kumulatif dari data sesungguhnya digambarkan dengan *ploting*. Apabila garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti atau dekat ke garis diagonalnya maka data tersebut dapat dikatakan normal (Suliyanto, 2011: 69).



Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik membentuk diagonal dan berada disekitar garis diagonal. Hal tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji di dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Model regresi terdapat gejala multikolinieritas apabila regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi dinyatakan tidak mengandung multikolinieritas apabila nilai $TOL > 0,10$ dan nilai $VIF < 10$ (Suliyanto, 2011: 81–82)

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.078	2.295		2.213	.027		
1 Sikap	.249	.071	.170	3.503	.001	.933	1.072
Norma Subyektif	.257	.097	.125	2.655	.008	.993	1.007
Kontrol Perilaku	.282	.068	.202	4.136	.000	.927	1.079
Label Halal	.255	.088	.138	2.889	.004	.962	1.040

a. Dependent Variable: Intensi Pembelian

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pada masing-masing variabel mempunyai nilai TOL > 0,10 yakni variabel sikap (X_1) sebesar 0,933, variabel norma subyektif sebesar (X_2) sebesar 0,993, variabel kontrol perilaku (X_3) sebesar 0,927. dan variabel label halal (X_4) sebesar 0,962. Sedangkan nilai VIF pada masing-masing variabel memiliki nilai VIF < 10 yakni pada variabel sikap (X_1) sebesar 1,072, norma subyektif (X_2) sebesar 1,007, kontrol perilaku (X_3) sebesar 1,079, dan label halal (X_4) sebesar 1,040. Oleh karena nilai TOL > 0,10 dan nilai VIF < 10 pada semua variabel, maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam regresinya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji adanya varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas yang digunakan dengan metode *Glejser* yakni meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Pada model tersebut akan terjadi gejala heteroskedastisitas apabila terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residual. Apabila nilai probabilitas

lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0,05) maka tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011: 98).

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.852	1.545		3.140	.002
1 Sikap	-.091	.048	-.099	-1.902	.058
Norma Subyektif	-.095	.065	-.073	-1.450	.148
Kontrol Perilaku	-.030	.046	-.035	-.665	.506
Label Halal	.041	.059	.036	.698	.486

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

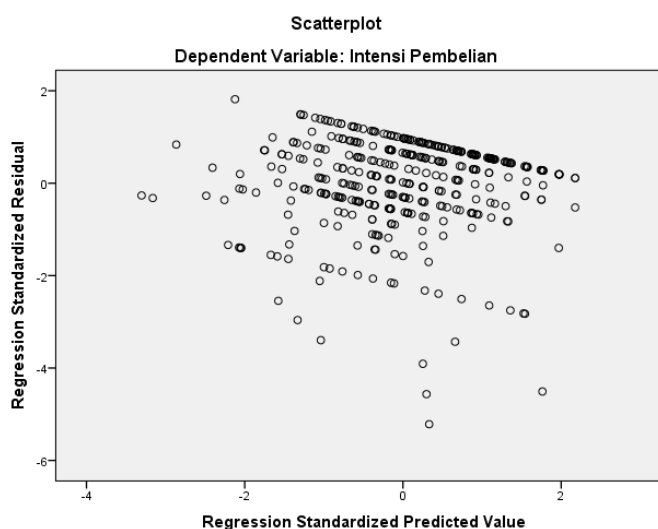
Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing setiap variabel mempunyai nilai signifikansi > 0,05 atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,649) yakni variabel sikap (X_1) mempunyai nilai signifikansi 0,058 atau $-1,902 < 1,649$, norma subyektif (X_2) mempunyai nilai signifikansi 0,148 atau $-1,450 < 1,649$, kontrol perilaku (X_3) mempunyai nilai signifikansi 0,506 atau $-665 < 1,649$, dan label halal (X_4) mempunyai nilai signifikansi 0,486 atau $0,698 < 1,649$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk memahami model yang dipastikan linier atau tidak. Dari hasil uji linieritas dapat memberikan informasi apakah model empiris tersebut linier, kuadrat, atau kubik. Untuk mendeteksi apakah model sebaiknya menggunakan persamaan linier atau tidak maka digunakan metode analisis grafik dan metode statistik.

Uji linieritas ini menggunakan metode analisis grafik yang dilakukan dengan mengamati *scatterplot* yang mana sumbu

horizontal memperlihatkan nilai prediksi terstandarisasi sedangkan sumbu vertikal memperlihatkan nilai residual terstandarisasi. Apabila plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk pola tertentu maka dapat dikatakan bahwa uji linieritas terpenuhi (Suliyanto, 2011: 145).



Gambar 4.2
Hasil Uji Linieritas

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan gambar pada scatterplot di atas dapat dilihat bahwa plot menyebar secara acak baik di atas atau di bawah angka nol pada sumbu *regression standardized residual*. Maka dari itu, berdasarkan uji linieritas menggunakan metode analisis grafik, model regresi yang terbentuk dinyatakan linier.

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel dependen (variabel terikat) dengan dua atau lebih variabel independen (variabel bebas). Untuk mengetahui pengaruh dari sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3), label halal (X_4) terhadap intensi pembelian produk kosmetik (Y) maka

digunakan metode analisis regresi linier berganda dengan rumus berikut ini (Suliyanto, 2011: 54–55):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Intensi pembelian produk kosmetik

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari sikap

b_2 : Koefisien regresi dari norma subyektif

b_3 : Koefisien regresi dari kontrol perilaku

b_4 : Koefisien regresi dari label halal

X_1 : Sikap

X_2 : Norma subyektif

X_3 : Kontrol perilaku

X_4 : Label halal

e : Nilai residu

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.078	2.295		2.213	.027
Sikap	.249	.071	.170	3.503	.001
1 Norma Subyektif	.257	.097	.125	2.655	.008
Kontrol Perilaku	.282	.068	.202	4.136	.000
Label Halal	.255	.088	.138	2.889	.004

a. Dependent Variable: Intensi Pembelian

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui persamaan regresi linier berganda antar variabel sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3), dan label halal (X_4) dalam intensi pembelian (Y) yakni sebagai berikut:

$$Y = 5,078 + 0,249X_1 + 0,257X_2 + 0,282X_3 + 0,255X_4 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Persamaan regresi $Y = 5,078 + 0,249X_1 + 0,257X_2 + 0,282X_3 + 0,255X_4 + e$ menyatakan bahwa nilai bilangan konstanta bernilai positif yang artinya apabila sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3), dan label halal (X_4) sama dengan nol maka intensi pembelian (Y) akan sebesar 5,078.
- b. $b_1 = 0,249$, artinya nilai koefisien dari variabel sikap (X_1) bernilai positif terhadap intensi pembelian (Y). Selain itu dapat diartikan pula bahwa sikap (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap sikap (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka intensi pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,249 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- c. $b_2 = 0,257$, artinya nilai koefisien dari variabel norma subyektif (X_2) bernilai positif terhadap intensi pembelian (Y). Selain itu dapat diartikan pula bahwa norma subyektif (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap norma subyektif (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka intensi pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,257 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- d. $b_3 = 0,282$, artinya nilai koefisien dari variabel kontrol perilaku (X_3) bernilai positif terhadap intensi pembelian (Y). Selain itu dapat diartikan pula bahwa kontrol perilaku (X_3) memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap kontrol perilaku (X_3) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka intensi pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,282 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- e. $b_4 = 0,255$, artinya nilai koefisien dari variabel label halal (X_4) bernilai positif terhadap intensi pembelian (Y). Selain itu dapat

diartikan pula bahwa label halal (X_4) memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap label halal (X_4) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka intensi pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,255 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan mengukur apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Variabel memiliki pengaruh yang berarti apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan menggunakan satu ujung maka df: $\alpha, (n-k)$ (Suliyanto, 2011: 62).

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= \alpha, (n-k) \\ &= 0,05, (397-5) \\ &= 0,05, 392 \\ &= 1,649 \end{aligned}$$

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.078	2.295		2.213	.027
1 Sikap	.249	.071	.170	3.503	.001
Norma Subyektif	.257	.097	.125	2.655	.008
Kontrol Perilaku	.282	.068	.202	4.136	.000
Label Halal	.255	.088	.138	2.889	.004

a. Dependent Variable: Intensi Pembelian

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa uji t terhadap variabel sikap (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar 3,503 dengan signifikansi t sebesar 0,001. Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,503 > 1,649$) atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) maka dapat

disimpulkan bahwa secara parsial sikap (X_1) berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y).

Uji t terhadap variabel norma subyektif (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar 2,655 dengan signifikansi t sebesar 0,008. Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,655 > 1,649$) atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,008 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial norma subyektif (X_2) berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y).

Uji t terhadap variabel kontrol perilaku (X_3) memiliki t_{hitung} sebesar 4,136 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,136 > 1,649$) atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kontrol perilaku (X_3) berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y).

Uji t terhadap variabel label halal (X_4) memiliki t_{hitung} sebesar 2,889 dengan signifikansi t sebesar 0,004. Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,889 > 1,649$) atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,004 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial label halal (X_4) berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y).

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji f atau uji simultan dilakukan untuk memahami keakuratan suatu model (*goodness of fit*). Uji f dilakukan untuk mengukur apakah variabel independen yang digunakan dapat menerangkan perubahan nilai variabel dependen atau tidak. Persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria *fit* (cocok) apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan derajat bebas: df: α , (k-1), (n-k) atau nilai signifikansi $< 0,05$ (Suliyanto, 2011: 61–62).

$$\begin{aligned} f_{tabel} &= \alpha, (k-1), (n-k) \\ &= 0,05, (5-1), (397-5) \\ &= 0,05, 4, 392 \\ &= 2,394 \end{aligned}$$

Tabel 4.13
Hasil Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	612.570	4	153.143	15.580	.000 ^b
	Residual	3853.097	392	9.829		
	Total	4465.668	396			

a. Dependent Variable: Intensi Pembelian

b. Predictors: (Constant), Label Halal, Norma Subyektif, Sikap, Kontrol Perilaku

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($15,580 > 2,394$) atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku (X_3), dan label halal (X_4) secara simultan berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat secara bersama-sama. *Adjusted R Square* adalah koefisien determinasi yang disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terdapat penambahan variabel maupun penambahan ukuran sampel (Suliyanto, 2011: 59).

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.370 ^a	.137	.128	3.135

a. Predictors: (Constant), Label Halal, Norma Subyektif, Sikap, Kontrol Perilaku

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,128 yang menunjukkan bahwa 12,8% variabel sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku X_3), dan label halal (X_4) mampu menjelaskan variabel intensi pembelian sedangkan sisanya 87,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh sikap terhadap intensi pembelian produk kosmetik pada mahasiswa perguruan tinggi agama islam di Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan uji t (uji parsial) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_1 diterima yakni sikap (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Sikap dapat menjadi tolak ukur responden ketika merencanakan suatu pembelian yakni melalui intensi pembelian. Maka dengan adanya hasil penelitian tersebut apabila semakin tinggi perasaan suka, kepercayaan, pentingnya label halal, dan kepercayaan terhadap kehalalan suatu produk kosmetik, maka akan semakin tinggi pula intensi responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik.

Dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa indikator kepercayaan yang mendominasi mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto ketika merencanakan pembelian produk kosmetik. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa percaya terhadap produk kosmetik yang berfungsi untuk

melindungi dan merawat kulit menjadi lebih baik. Oleh karena itu, sikap dapat menjadi salah satu hal yang menentukan mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto ketika melakukan intensi pembelian produk kosmetik.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa sikap merupakan evaluasi kepercayaan maupun perasaan positif atau negatif dari individu dalam melakukan suatu perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007: 36). Individu akan cenderung mempunyai intensi yang lebih untuk melakukan tindakan apabila hal tersebut sesuatu yang disukai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Wahyuningsih, 2018) yang menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi konsumen.

2. Pengaruh norma subyektif terhadap intensi pembelian produk kosmetik pada mahasiswa perguruan tinggi agama islam di Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan uji t (uji parsial) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_2 diterima yakni norma subyektif (X_2) secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Norma subyektif dapat menjadi tolak ukur responden ketika merencanakan suatu pembelian yakni melalui intensi pembelian.

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto ketika merencanakan suatu pembelian produk kosmetik dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seperti orang-orang yang dianggap penting, teman, dan keluarga. Dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa indikator teman yang paling mempengaruhi mahasiswa ketika merencanakan pembelian produk kosmetik. Akan tetapi indikator lain seperti orang-orang yang dianggap penting dan keluarga tetap berpengaruh namun tidak dominan. Sehingga apabila semakin besar pengaruh norma subyektif maka akan semakin besar pula intensi

responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik. Oleh karena itu, norma subyektif dapat menjadi salah satu hal yang menentukan mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto ketika melakukan intensi pembelian produk kosmetik.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa norma subyektif persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang nantinya akan mempengaruhi intensi. Seseorang akan memiliki intensi untuk melakukan suatu perilaku jika ia merasa pendapat orang-orang disekelilingnya penting sehingga mendorong seseorang untuk melakukan tindakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Efendi dkk., (2020) yang menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam hal ini norma subyektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat membeli.

3. Pengaruh kontrol perilaku terhadap intensi pembelian produk kosmetik pada mahasiswa perguruan tinggi agama islam di Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan uji t (uji parsial) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_3 diterima yakni kontrol perilaku (X_3) secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Kontrol perilaku dapat menjadi tolak ukur responden ketika merencanakan suatu pembelian yakni melalui intensi pembelian. Hal tersebut dapat dilihat juga pada karakteristik responden yang mana berdasarkan uang saku per bulan, mahasiswa di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto rata-rata memiliki uang saku per bulan pada kisaran \leq Rp 100.000,- – Rp 500.000,- atau sebesar 58,7%. Dari hasil tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa memiliki kontrol perilaku dalam hal ini kemampuan untuk membeli produk kosmetik dikarenakan uang sakunya antara \leq Rp 100.000,- – Rp 500.000,- yang mana harga produk kosmetik dipasaran rata-rata dibawah \leq Rp 100.000,- per item sehingga adanya deskripsi tersebut

menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki potensial untuk melakukan intensi pembelian kosmetik.

Sedangkan dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa indikator pengetahuan untuk menggunakan yang paling mempengaruhi mahasiswa ketika merencanakan pembelian produk kosmetik. Oleh karena itu, apabila semakin besar pengaruh setiap individu berkaitan dengan kemampuan dan pengetahuan individu untuk membeli serta menggunakan produk kosmetik, maka akan semakin besar pula intensi responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik. Sehingga kontrol perilaku dapat menjadi salah satu hal yang menentukan mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto ketika melakukan intensi pembelian produk kosmetik.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa kontrol perilaku merupakan seberapa jauh individu percaya maupun merasa memiliki kemampuan untuk melaksanakan sesuatu (Huda dkk., 2018). Kontrol perilaku mempengaruhi intensi atas asumsi bahwa kontrol keprilakuan yang dipersepsikan oleh seseorang akan memberikan keterkaitan motivasi pada orang tersebut. Kontrol perilaku mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung melalui intensi terhadap perilaku (Efendi dkk., 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Baihaqi dkk., 2021) yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

4. Pengaruh label halal terhadap intensi pembelian produk kosmetik pada mahasiswa perguruan tinggi agama islam di Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan uji t (uji parsial) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa H_4 diterima yakni norma subyektif (X_4) secara parsial berpengaruh positif terhadap intensi pembelian (Y). Label halal dapat menjadi tolak ukur responden ketika merencanakan suatu pembelian yakni melalui intensi pembelian.

Adanya label halal dapat menjadi jaminan bahwa suatu produk aman dan baik untuk dikonsumsi bagi individu sebelum melakukan pembelian. Dari hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat bahwa indikator yang paling dominan dalam mempengaruhi rencana pembelian kosmetik yakni label halal yang menempel pada kemasan produk yang mana akan mempermudah mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto dalam mengetahui informasi dan keyakinan akan mutu produk kosmetik.

Maka dari itu, apabila semakin tinggi pemahaman individu tentang adanya label halal pada kemasan produk kosmetik, maka akan semakin tinggi pula intensi responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik yang baik dan halal untuk digunakan. Karena hal tersebut label halal dapat menjadi salah satu hal yang menentukan mahasiswa perguruan tinggi agama islam di Purwokerto ketika melakukan intensi pembelian produk kosmetik.

Label halal menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi intensi pembelian seseorang. Pencantuman label halal pada produk sangat penting dan menjadi sebuah keharusan yang akan mempengaruhi keputusan seseorang pada suatu produk (Rosida, 2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Hidayati dan Yuliandani (2020) yang menunjukkan bahwa label halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

5. Pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal secara simultan terhadap intensi pembelian produk kosmetik pada mahasiswa perguruan tinggi agama islam di Purwokerto

Berdasarkan hasil perhitungan uji f (uji simultan) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian. Sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal menjadi tolak ukur responden ketika akan merencanakan suatu

pembelian yakni melalui intensi pembelian. Sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal merupakan hal yang mendasari mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto ketika merencanakan suatu pembelian. Dari keempat variabel independen tersebut, variabel kontrol perilaku yang paling mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan intensi pembelian. Hal tersebut sesuai dengan pengamatan peneliti bahwa pada dasarnya ketika mahasiswa memiliki rasa kemampuan dan pengetahuan terhadap suatu produk kosmetik, mereka akan cenderung memiliki kemudahan dalam melakukan intensi pembelian.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang digunakan untuk memahami perilaku individu secara rinci. Kemampuan perilaku setiap individu ditentukan oleh intensi atau niat untuk melaksanakan perilaku tersebut. Pada *theory of planned behavior* ditemukan faktor sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku secara signifikan mempengaruhi intensi perilaku individu. Sikap dan kontrol perilaku merupakan faktor internal pada individu yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap intensi pembelian, dan norma subyektif merupakan faktor eksternal pada individu (Wahyuningsih, 2018). Selain itu label halal juga menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi intensi pembelian seseorang. Pencantuman label halal pada produk sangat penting dan menjadi sebuah keharusan yang akan mempengaruhi keputusan seseorang pada suatu produk (Rosida, 2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ningtyas dkk., (2021) yang menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier memiliki nilai *adjusted R square* sebesar 0,128 yang menunjukkan bahwa 12,8% variabel sikap (X_1), norma subyektif (X_2), kontrol perilaku X_3), dan

label halal (X_4) mampu menjelaskan variabel intensi pembelian sedangkan sisanya 87,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pengujian hipotesis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Sikap secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik. Apabila semakin tinggi perasaan suka, kepercayaan, pentingnya label halal, dan kepercayaan terhadap kehalalan suatu produk kosmetik, maka akan semakin tinggi pula intensi responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik. Indikator pada variabel sikap yang paling mempengaruhi yakni indikator kepercayaan.
2. Norma subyektif secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik. Apabila semakin besar pengaruh orang-orang yang dianggap penting, teman, dan keluarga maka akan semakin besar pula intensi responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik. Indikator pada variabel norma subyektif yang paling mempengaruhi yakni indikator teman.
3. Kontrol perilaku secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik. Apabila semakin besar pengaruh setiap individu berkaitan dengan kemampuan dan pengetahuan individu untuk membeli serta menggunakan produk kosmetik, maka akan semakin besar pula intensi responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik. Indikator pada variabel kontrol perilaku yang paling mempengaruhi yakni indikator pengetahuan untuk menggunakan.
4. Label halal secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik. Apabila semakin tinggi pemahaman individu tentang adanya label halal pada kemasan produk kosmetik, maka akan semakin tinggi pula intensi responden untuk merencanakan pembelian produk kosmetik yang baik dan halal untuk digunakan. Indikator pada

variabel label halal yang paling mempengaruhi yakni indikator label halal yang menempel pada kemasan.

5. Sikap, norma subyektif, kontrol perilaku, dan label halal secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap intensi pembelian produk kosmetik. Dari keempat variabel independen tersebut, variabel kontrol perilaku yang paling mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan intensi pembelian. Hal tersebut sesuai dengan pengamatan peneliti bahwa pada dasarnya ketika mahasiswa memiliki rasa kemampuan dan pengetahuan terhadap suatu produk kosmetik, mereka akan cenderung memiliki kemudahan dalam melakukan intensi pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka sebagai bagian akhir dari tulisan ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi produsen kosmetik yang belum memenuhi standar kehalalan produk diharapkan segera mendaftarkan produknya agar memiliki sertifikasi halal serta label halal yang akan meningkatkan nilai dari produk kosmetik tersebut.
2. Konsumen khususnya mahasiswa perguruan tinggi agama Islam di Purwokerto dalam merencanakan pembelian suatu produk kosmetik harus lebih teliti karena kosmetik itu sendiri nantinya akan digunakan dan menempel pada kulit tubuh sehingga ketika melaksanakan ibadah perlu diperhatikan komposisi produk yang aman, baik, dan halal untuk digunakan sehari-hari.
3. Penelitian ini hanya mengenai intensi pembelian produk kosmetik, diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat meneliti tidak hanya sampai intensi saja tetapi terhadap perilaku pembelian konsumen.
4. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel label halal menjadi variabel mediasi atau variabel moderasi dengan menggunakan analisis yang berbeda dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Mia Adisty dan Lucky Rachmawati. 2020. "Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2.
- Baihaqi, Aulya Rahman. Zulkarnain dan Gatot Wijayanto. 2021. "Analisis Pengaruh *Planned Behavioral Lip Cream* Kosmetik Wardah Terhadap *Purchase Intention* Dan *Consumer Buying Behavior* Secara *Online*", *Jurnal Al-Iqtishad Edisi 17*, Vol. 1.
- BPJPH. 2022. "Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional" <https://kemenag.go.id/>, diakses 27 Maret 2022, pukul 22.01 WIB.
- Dian, Nur Ema Zakia dan Rinaldi. 2020. "Pengaruh Teori Perilaku Terencana Terhadap Intensi Korupsi Pengurus Organisasi Intrakampus", *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi)*, Vol. 11, No. 2.
- DS Ratnaningsih, Yunita Ramadhani dan Edy Saptono. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Produk Hankuspi: Studi UMKM Wirausaha Wanita Di Bekasi", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 27, No. 1.
- Efendi, Riyanto. Sukidjo dan Khairun Bahrhun. 2020. "*The Factors Of Intention To Buy Halal-Labeled Food On Muslim Students Yogyakarta, Indonesia*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 1.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi dan Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Haro, Andrian. 2018. "*Determinants Of Halal Cosmetics Purchase Intention On Indonesian Female Muslim Customer*", *Journal Of Entrepreneurship, Business And Economics*, Vol. 6, No. 1.
- Hidayati, Nur dan Linda Yuliandani. 2020. "Pengaruh *Beauty Vlogger*, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah", *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, Vol. 12, No. 1.
- Huda, Nurul. Hulmansyah dan Nova Rini. 2018. "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim", *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, Vol. 2, No. 2.
- Indonesia *Sharia Economic Festival* (ISEF). 2021. "Memahami Pasar Halal di Tingkat Global", <https://isef.co.id>, diakses 7 Desember 2021, pukul 09.38 WIB.

- Izzuddin, Ahmad. 2018. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner", *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol. 3, No. 2.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Keberilakuan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kamal, Bahri. Ghea Dwi Rahmadiane dan Erni Unggul Sedyta Utami. 2019. "Analisis *Service Quality* Siakad Terhadap Kepuasan *User* (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama)", *Monex : Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, Vol. 8, No. 1.
- Kementrian Perindustrian. 2021. "Kemenperin: Tingkatkan Daya Saing IKM Kosmetik, Kemenperin Gencarkan Restrukturisasi Mesin dan Peralatan", <https://kemenperin.go.id>, diakses: 3 Desember 2021, pukul 10.46 WIB.
- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitanintyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kusnandar, Viva Budi. 2021. "Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam", <https://databoks.katadata.co.id>, diakses 17 Oktober 2021, pukul 10.52 WIB.
- Kusumastuti, Dani. 2020. "Minat Beli Produk Halal Di Indonesia, Studi Pemetaan Sistematis", *MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol. 2.
- LPPOM MUI. 2021. "Potensi Besar Industri Halal Global. Di mana Posisi Indonesia?", <https://www.halalmui.org>, diakses 7 Desember 2021, pukul 09.28 WIB.
- LPPOM MUI. 2021. "Awas, Hindari Kosmetik Haram dan Najis", <https://www.halalmui.org>, diakses 7 Desember 2021, pukul 20.31 WIB.
- LPPOM MUI. 2021. "Inilah Ketentuan Logo Halal MUI Pada Kemasan", <https://www.halalmui.org>, diakses 17 Desember 2021, pukul 05.57 WIB.
- LPPOM MUI. 2021. "Webinar LPPOM MUI Bahas Implementas Regulasi Produk Kosmetik Indonesia", <https://www.halalmui.org>, diakses 25 Desember 2021, pukul 05.35 WIB.
- Maghfiroh, Imroatul. A Khairuddin. dan Wawan Juandi. 2020. "Pendekatan Behavior Dalam Menanggulangi Perilaku Konsumtif Pada Santri", *Jurnal Maddah*, Vol. 2, No. 2.

- MUI. 2021. "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya", <http://mui.or.id>, diakses 8 April 2022, pukul 10.36 WIB.
- Nanda, Kurnia Fitria dan Retty Ikawati. 2020. "Hubungan Persepsi Label Halal Mui Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta", *Journal of Food and Culinary*, Vol. 3, No. 1.
- Ningtyas, Yunita. Fitria, Dessy. Pradani, Yolanda Sryta. Mutohar. Arum, Nisa Puspita. dan Maknum, Lu'luul. 2021. "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal", *Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*, Vol. 2. No. 8.
- Niswah, Farokhah Muzayinatun. 2018. "Hubungan Persepsi dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Tanpa Label Halal", *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, Vol. 5, No.1.
- Nurhayati, Ade Kusumadewi. 2020. "Persepsi Kenyamanan Dan Harga Terhadap Minat Penggunaan Jasa Transportasi Angkutan Umum Kota Di Kabupaten Purwakarta", *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7, No. 1.
- Nusaresearch. 2020. "Laporan Tentang *Makeup Routine*", <https://nusaresearch.net>, diakses 16 Oktober 2021, pukul 11.21 WIB.
- Oktasari, Orin. 2018. "Bisnis Kosmetik dalam Etika Bisnis Islam", *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 4, No. 1.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni dan Hidayah, Asmi Ayuning. 2020. "Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui *Celebrity Endorser*", *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 4, No. 1.
- Rosida, Rida. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal (*Survey* Pada Muslimah Di Jawa Barat)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2.
- Safitri, Farizka Ananda. Hurwardani, Dewi. dan Nisa, Khairun. 2020. "*Industry Kosmetik Halal Sebagai Trend Global Market (Study Fenomenologis* pada Mahasiswi Muslimah Universitas Islam Malang)", Vol.1, No.1.
- Simanihuruk, Peran. Tamba, Darwis. dan Sagala, Roslinda. 2021. "Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap

- Minat Berwirausaha Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior*", Vol. 21, No. 1.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulasih. 2017. "Kajian Persepsi Harga, Kemasan, Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Khas Bumiayu Jawa Tengah", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* Vol. 5, No. 1.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suryani, T. 2012. *Perilaku Konsumen Impilasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryowati, Budi dan Nurhasanah. 2020. "Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal", *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, Vol. 9, No. 11.
- Tranggono, Retno Iswari dan Latifah, Fatma. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- UIN Saizu Purwokerto. 2022. "Sejarah – UIN Saizu Purwokerto", <https://uinsaizu.ac.id/sejarah/>, diakses 2 Maret 2022, pukul 16.00 WIB.
- Ump.ac.id. 2022. "Profil Universitas - Universitas Muhammadiyah Purwokerto", <https://ump.ac.id/>, diakses 2 Maret 2022, pukul 16.40 WIB.
- UNU Purwokerto. 2022. "Sekilas UNU Purwokerto – Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto", <https://unupurwokerto.ac.id/profil/sekilas-unu-purwokerto/>, diakses 2 Maret 2022, pukul 16.43 WIB.
- Wahyuningsih, Indah. 2018. "Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk *Skincare* Halal Di Indonesia: Pendekatan *Theory Of Planned Behavior*", *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, Vol. 3, No. 1.
- Wekke, Ismail Suardi. 2019. *Metode Penelitian Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Penerbit Gawe Buku.
- Witriyana, Yuwinda. Faisal, H. Ikhwan. dan Rifani, Ahmad. 2019. "Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Secara Online di Shopee", *JTAM Jurusan Manajemen FEB ULM: JIMI*, Vol. 2, No. 1.

World Population Review. 2021. "Muslim Population By Country 2021", <https://worldpopulationreview.com>, diakses 2 Oktober 2021, pukul 11.41 WIB.

Zabidi, Ahmad. 2020. "Kelompok Sosial Dalam Masyarakat Perspektif Qs. Al-Maidah Ayat 2'", *Borneo: Jurnal of Islamic Studies*, Vol. 3, No. 2.

ZAP Beauty Index. 2020. "ZAP Beauty Index", <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2020>, diakses 16 Oktober 2021, pukul 14.12 WIB.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Label Halal terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto)

Kepada

Yth. Mahasiswa/i UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Saya Ellin Arif Safitri mahasiswa semester VIII Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang menyusun skripsi. Dengan ini saya memohon kesediaan mahasiswa/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya.

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya mahasiswa/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat saya,



Ellin Arif Safitri
NIM. 1817201180

B. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-Laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - 17-19 tahun
 - 20-22 tahun
 - 23-25 tahun
 - > 25 tahun
4. Saya merupakan mahasiswa aktif dari perguruan tinggi:
 - UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
 - Universitas Muhammadiyah Purwokerto
 - Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto
5. Saya mengetahui/memiliki intensi untuk melakukan pembelian produk kosmetik:
 - Ya
 - Tidak
6. Jenis kosmetik apa yang ingin anda beli? (boleh diisi lebih dari satu):
 - *Skincare cosmetic*
 - *Make up cosmetic*
7. Uang saku selama 1 bulan:
 - \leq Rp 100.000,- - Rp 500.000,-
 - Rp 600.000,- - Rp 1.000.000,-
 - Rp 1.100.000,- - Rp 1.500.000,-
 - \geq Rp 1.600.000,-
8. Rencana pengeluaran belanja kosmetik selama 1 bulan:
 - \leq Rp 100.000,-
 - Rp 150.000,- - Rp 200.000,-
 - Rp 250.000,- - Rp 300.000,-
 - \geq Rp 300.000,-

C. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah identitas secara lengkap.
2. Sebelum menjawab, bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan dengan teliti.

3. Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan diri anda agar diperoleh data yang benar, akurat, dan obyektif.
4. Perhatikan jawaban anda jangan sampai ada yang terlewat
5. Pilihlah jawaban yang tersedia:
 - Sangat Setuju (SS) : skor 5
 - Setuju (S) : skor 4
 - Netral (N) : skor 3
 - Tidak Setuju (TS) : skor 2
 - Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1 (Sugiyono, 2020)

D. Pertanyaan Penelitian

1. Sikap (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya suka menggunakan produk kosmetik					
2.	Saya percaya dengan menggunakan produk kosmetik dapat melindungi dan merawat kulit menjadi lebih baik					
3.	Menurut saya memakai produk kosmetik halal adalah hal yang penting karena sudah tentu baik untuk saya					
4.	Saya percaya produk kosmetik yang aman ialah kosmetik halal					

2. Norma Subyektif (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Orang-orang penting disekeliling saya menggunakan kosmetik sehingga saya tertarik mencoba					
2.	Biasanya saya terpengaruh ajakan teman untuk menggunakan produk kosmetik					
3..	Keluarga saya merekomendasikan kosmetik untuk digunakan sehari-hari					

3. Kontrol Perilaku (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memiliki kemampuan untuk membeli produk kosmetik					
2.	Saya memiliki pengetahuan sebelum membeli produk kosmetik					
3.	Saya selalu memiliki kesempatan untuk menggunakan produk kosmetik					
4.	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan produk kosmetik					

4. Label Halal (X4)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu memperhatikan gambar label halal sebelum melakukan pembelian produk kosmetik					
2.	Adanya tulisan halal yang terdapat pada kemasan sangat membantu saya mengidentifikasi produk kosmetik sebelum melakukan pembelian					
3.	Saya mengetahui adanya gabungan gambar dan tulisan label halal merupakan resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI)					
4.	Label halal yang menempel pada kemasan mempermudah saya dalam mengetahui informasi dan keyakinan akan mutu produk kosmetik					

5. Intensi Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli produk kosmetik					
2.	Sebelum membeli saya selalu mempertimbangkan produk kosmetik yang akan digunakan					
3.	Saya tertarik mencoba untuk membeli produk kosmetik karena mengetahui manfaat					

4.	Saya ingin mengetahui produk kosmetik yang akan digunakan					
5.	Saya ingin memiliki produk kosmetik dimasa yang akan datang karena sesuai dengan kebutuhan kulit saya					



Lampiran 2 Tabulasi Data

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total X4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total Y
1	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	5	2	5	5	5	22
2	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	5	5	19	2	2	2	2	8	5	5	5	5	5	25
3	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	5	23
4	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	20	5	4	5	14	4	5	4	4	17	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
6	4	4	5	5	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	20	5	5	5	15	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24
8	4	5	4	4	17	5	4	5	14	3	3	3	3	12	5	5	4	4	18	5	5	3	4	3	20
9	5	5	5	4	19	3	3	3	9	5	3	3	3	14	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	22
10	5	5	5	5	20	2	3	2	7	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
11	5	5	4	4	18	3	4	4	11	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	5	5	5	3	23
12	4	5	5	5	19	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	21
13	5	4	5	5	19	5	4	5	14	4	5	4	3	16	4	5	5	5	19	3	3	2	2	2	12
14	4	5	5	4	18	4	4	5	13	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	5	4	4	4	5	22
15	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	4	5	5	4	4	22
16	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	23
17	5	5	5	4	19	4	5	4	13	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	5	4	4	4	4	21
18	4	4	5	5	18	5	4	5	14	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	3	4	3	4	18
19	3	3	3	3	12	5	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	23
20	3	3	3	3	12	5	5	4	14	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	3	5	5	5	23
21	4	5	5	5	19	5	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	2	3	2	3	5	15
22	4	5	5	5	19	4	4	2	10	5	5	5	4	19	3	3	3	3	12	1	3	2	4	5	15
23	5	5	5	5	20	4	4	1	9	4	5	5	5	19	4	5	5	3	17	5	5	5	5	5	25
24	4	5	3	3	15	4	5	4	13	4	5	3	4	16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
25	4	5	5	4	18	4	4	5	13	3	4	5	3	15	4	4	4	5	17	5	4	4	4	4	21
26	5	4	5	4	18	5	5	4	14	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	5	5	3	5	5	23
27	5	5	5	5	20	2	3	3	8	3	4	4	4	15	5	3	4	5	17	4	4	4	4	5	21
28	3	4	5	5	17	4	4	5	13	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	22
29	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	5	5	3	17	4	4	5	4	17	3	4	5	4	5	21
30	4	4	5	4	17	4	4	5	13	3	4	4	4	15	4	4	5	5	18	3	3	3	3	3	15
31	5	4	3	5	17	4	4	3	11	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	5	2	5	2	5	19

33	4	4	5	5	18	5	4	5	14	3	4	3	4	14	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	20	4	5	4	13	4	4	3	3	14	4	5	4	5	18	5	5	5	4	5	24
35	4	5	4	4	17	4	5	5	14	4	3	3	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	5	21
36	5	5	5	5	20	2	2	3	7	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	5	17	3	3	3	9	5	5	3	3	16	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
38	5	4	4	5	18	5	5	5	15	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	3	18	5	5	5	15	5	3	5	3	16	5	5	5	5	20	4	3	5	4	4	20
40	4	3	3	3	13	3	5	5	13	5	3	4	3	15	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20
41	2	2	3	3	10	4	5	4	13	5	4	5	3	17	4	4	4	5	17	4	5	4	4	5	22
42	3	4	4	4	15	4	4	4	12	5	5	5	3	18	5	5	4	4	18	4	3	4	4	3	18
43	4	5	5	5	19	5	5	4	14	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	2	3	2	3	5	15
44	5	5	5	5	20	2	3	4	9	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	2	3	3	2	15
45	4	4	5	5	18	5	5	5	15	4	3	4	4	15	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
47	4	5	5	5	19	4	5	5	14	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19	4	4	4	4	5	21
48	5	5	5	5	20	4	5	4	13	3	3	4	4	14	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
49	5	3	5	4	17	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
50	5	4	5	5	19	3	3	3	9	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	4	19	4	5	5	14	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	4	19	4	5	5	14	3	3	5	3	14	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
53	5	4	5	4	18	2	2	4	8	4	4	4	3	15	5	4	4	5	18	5	5	5	4	4	23
54	3	3	5	5	16	5	5	4	14	3	3	4	3	13	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
55	3	3	5	4	15	1	3	4	8	5	5	3	3	16	4	4	5	5	18	3	3	3	3	3	15
56	4	4	5	5	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	2	2	2	2	2	10
57	3	4	5	5	17	4	5	4	13	3	4	2	4	13	4	4	4	5	17	2	2	2	2	2	10
58	4	4	5	5	18	3	3	4	10	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
59	4	4	5	5	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	5	5	4	24
60	5	5	5	4	19	3	5	4	12	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	1	2	2	5	5	15
61	5	4	5	4	18	4	5	4	11	4	4	4	3	15	5	4	5	5	19	3	4	4	4	4	19
62	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
63	5	5	4	5	19	5	5	4	14	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
64	4	4	5	5	18	2	2	4	8	5	4	4	4	17	4	5	5	4	18	5	5	5	4	5	24
65	5	3	4	5	17	4	5	5	14	5	5	3	3	16	4	4	4	5	17	3	3	3	3	3	15

66	3	3	5	5	16	5	5	4	14	5	5	5	3	18	5	5	4	5	19	4	5	3	5	3	20
67	4	4	5	4	17	4	5	4	13	3	3	4	4	14	5	4	4	4	17	4	5	5	5	5	24
68	3	4	4	4	15	4	4	5	13	5	5	3	4	17	5	4	5	4	18	5	5	4	4	4	22
69	4	3	5	5	17	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22
70	5	5	4	5	19	4	5	4	13	5	4	4	4	17	4	5	5	5	19	3	3	5	5	5	21
71	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	3	3	14	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20
72	4	5	3	4	16	4	5	5	14	4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
73	5	4	5	4	18	4	4	5	13	5	4	4	4	17	5	4	4	5	18	4	5	4	4	4	21
74	4	5	3	3	15	3	3	3	9	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21
75	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	20	4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25
77	4	4	4	5	17	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	20	5	4	5	14	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
79	4	4	5	5	18	5	5	5	15	4	4	3	3	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	23
80	5	5	5	5	20	4	4	5	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
81	2	4	4	4	14	5	4	4	14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	2	2	2	2	5	25
82	4	5	5	5	19	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	4	4	4	22
83	4	4	4	3	15	5	5	5	15	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	3	4	4	19
84	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	4	4	4	4	4	20
85	5	5	5	5	20	4	5	5	14	3	4	5	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
86	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	4	22
87	3	3	4	4	14	5	4	5	14	4	5	5	3	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
88	5	3	4	5	17	4	5	4	13	3	4	4	4	15	4	5	5	5	19	5	5	4	5	3	22
89	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18	5	5	5	4	5	24
90	5	5	5	5	20	5	4	5	14	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18	3	5	5	4	5	22
91	5	5	5	5	20	4	5	4	13	4	5	5	5	19	4	3	3	5	15	5	5	4	4	5	23
92	2	4	5	5	16	4	5	5	14	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	5	5	4	5	5	24
93	4	5	5	5	19	5	5	4	14	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	4	4	4	4	5	21
94	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	4	4	4	17	4	5	5	4	18	4	5	5	5	5	24
95	5	5	5	5	20	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	2	2	2	2	2	10
96	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	3	3	3	3	3	15
97	4	5	5	5	19	4	5	5	14	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15

98	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
99	3	4	4	4	15	4	5	4	13	4	3	3	3	13	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	5	17	4	4	5	13	3	5	3	4	15	4	5	4	5	18	5	5	5	5	4	24
101	4	3	3	5	15	4	5	4	13	4	3	4	5	16	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24
102	4	4	5	5	18	5	4	4	13	3	5	5	3	16	5	5	5	4	19	4	4	5	4	4	21
103	4	4	4	5	17	5	5	5	15	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18	4	5	5	4	4	22
104	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
105	2	4	4	4	14	5	5	5	15	4	5	5	3	17	4	5	5	4	18	3	3	3	3	3	15
106	4	3	4	4	15	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	3	3	3	4	4	17
107	5	3	4	5	17	5	5	5	15	5	3	3	3	14	4	4	5	4	17	3	5	5	5	5	23
108	4	4	5	5	18	4	4	5	13	4	4	4	4	16	4	5	3	5	17	5	5	5	4	5	24
109	3	4	5	5	17	4	5	5	14	3	3	3	3	12	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20
110	4	5	5	5	19	4	5	4	13	5	3	4	4	16	4	4	5	5	18	3	4	5	4	3	19
111	4	4	5	5	18	5	4	5	14	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
112	5	5	5	5	20	5	5	5	15	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
113	4	5	5	5	19	4	5	4	13	3	3	3	3	12	5	3	5	5	18	5	5	5	5	4	24
114	4	4	5	5	18	5	5	5	15	4	4	4	4	16	5	5	3	5	18	5	5	5	5	4	24
115	4	4	5	5	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	3	5	5	17	4	5	4	4	4	21
116	4	5	5	5	19	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	25
117	3	4	5	5	17	5	5	5	15	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	21
118	2	2	2	2	8	4	5	5	14	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
119	3	3	3	3	12	5	5	4	14	3	5	5	3	16	4	4	4	5	17	5	5	5	4	5	24
120	5	5	5	5	20	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	3	5	5	18	5	5	5	5	4	24
121	3	3	5	5	16	4	5	5	14	3	5	5	3	16	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
122	4	4	5	5	18	5	5	5	15	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
123	5	3	5	4	17	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
124	4	5	5	4	18	4	4	5	13	4	5	5	3	17	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
125	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	5	4	5	18	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
126	4	5	5	5	19	4	5	5	14	5	5	3	4	17	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
127	5	3	5	3	16	2	3	5	10	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
128	4	3	4	3	14	5	5	4	14	3	3	5	3	14	4	5	4	5	18	3	3	3	3	3	15
129	4	3	4	3	14	1	1	4	6	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20

130	3	4	4	4	15	5	4	4	13	3	4	3	3	13	5	4	5	3	17	4	3	3	3	3	16
131	4	5	5	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
132	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
133	3	5	5	5	18	4	5	5	14	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	3	5	3	21
134	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	3	4	5	17	5	5	5	5	5	25
135	4	3	5	5	17	4	5	5	14	4	4	3	3	14	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21
136	4	3	4	4	15	3	5	4	12	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	4	4	4	4	3	19
137	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	3	4	4	16	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
138	4	4	5	5	18	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	4	3	22
139	2	2	2	2	8	5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
140	3	3	3	3	12	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
141	4	5	5	5	19	4	5	4	13	4	5	5	5	19	4	5	4	5	18	5	4	5	5	5	24
142	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
143	4	4	5	5	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	3	5	5	18	5	5	5	5	4	24
144	3	3	5	5	16	5	5	4	14	3	5	5	4	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	24
145	5	4	5	5	19	3	5	4	12	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
146	5	4	5	5	19	4	5	4	13	4	5	4	5	18	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
147	3	4	4	5	16	4	5	5	14	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21
148	3	3	5	4	15	5	5	5	15	3	4	5	3	15	3	4	5	5	17	5	5	4	5	4	23
149	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18	5	5	5	5	4	24
150	3	4	5	3	15	3	5	5	13	3	4	5	3	15	5	5	4	5	19	4	4	3	3	3	17
151	3	5	4	3	15	5	5	5	15	3	3	4	3	13	5	5	4	4	18	5	5	4		5	19
152	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	5	5	5	18	5	5	3	5	18	5	5	4	4	3	21
153	3	4	4	4	15	5	4	5	14	5	5	5	2	17	5	4	4	4	17	4	4	4	3	3	18
154	4	4	4	5	17	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
155	2	2	2	2	8	3	3	3	9	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
156	5	5	4	4	18	4	5	4	13	4	3	3	3	13	3	4	3	5	15	4	4	4	4	4	20
157	4	3	4	4	15	4	5	5	14	5	5	3	3	16	5	3	5	5	18	4	4	3	3	4	18
158	5	3	4	5	17	4	5	5	14	3	4	3	4	14	4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	25
159	5	4	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
160	4	4	5	5	18	5	5	4	14	4	5	5	5	19	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25

161	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	3	4	5	17	5	5	5	5	5	25
162	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	5	5	3	17	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
163	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	16	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
164	5	5	5	4	19	4	5	5	14	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	5	25
165	3	5	4	4	16	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
166	5	4	4	4	17	5	5	5	15	2	3	3	3	11	5	4	3	5	17	4	5	4	4	5	22
167	4	4	4	3	15	5	5	5	15	3	3	3	3	12	4	5	4	5	18	4	4	3	5	5	21
168	4	4	4	3	15	5	5	5	15	4	4	4	3	15	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20
169	3	5	5	5	18	4	5	4	13	3	5	5	2	15	5	5	3	5	18	3	4	4	4	5	20
170	5	4	5	5	19	4	4	4	12	4	5	4	4	17	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
171	4	4	4	3	15	5	5	4	14	3	4	5	3	15	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
172	4	5	4	4	17	4	5	5	14	4	5	3	4	16	4	5	5	5	19	4	4	5	5	4	22
173	3	3	5	4	15	4	5	5	14	3	3	4	3	13	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20
174	4	4	5	4	17	5	5	5	15	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	5	5	4	4	4	22
175	4	4	5	5	18	5	5	5	15	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
176	4	2	4	5	15	5	4	4	13	3	5	5	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22
177	4	4	5	5	18	4	5	4	13	3	3	3	4	13	5	5	5	4	19	5	4	4	4	3	20
178	5	5	4	5	19	4	4	4	12	4	5	4	4	17	5	5	5	4	19	4	5	4	4	4	21
179	5	5	4	5	19	5	5	5	15	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	23
180	3	4	5	5	17	4	5	4	13	4	5	4	3	16	4	4	4	5	17	3	3	4	4	3	17
181	4	4	5	5	18	5	5	5	15	3	4	4	4	15	4	5	4	4	17	4	5	4	5	3	21
182	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	5	17	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
183	4	3	4	3	14	4	5	4	13	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
184	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	5	4	4	4	22
185	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
186	4	4	5	5	18	4	5	5	14	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	4	4	4	4	5	21
187	4	4	3	3	14	4	5	4	13	3	4	4	4	15	5	4	5	4	18	5	4	4	5	5	23
188	3	5	4	3	15	5	5	5	15	4	3	3	4	14	5	4	5	5	19	4	3	4	3	4	18
189	4	5	5	5	19	5	5	4	14	3	4	4	4	15	4	4	4	5	17	3	4	4	4	5	20
190	2	4	4	4	14	4	5	5	14	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	20
191	3	3	5	5	16	4	5	5	14	3	3	4	3	13	4	5	4	5	18	4	4	4	4	2	18
192	4	5	4	4	17	4	5	4	13	3	5	3	4	15	4	4	5	4	17	4	5	5	5	5	24
193	5	5	5	1	16	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25

194	3	4	5	5	17	4	5	5	14	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	3	4	4	4	4	19
195	5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	3	5	5	18	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
196	3	3	3	4	13	4	5	5	14	4	4	3	4	15	5	5	3	5	18	4	4	4	4	4	20
197	3	5	5	5	18	5	5	3	13	4	2	3	2	11	5	3	5	4	17	5	5	5	5	5	25
198	5	5	4	5	19	4	5	5	14	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18	5	4	4	4	5	22
199	4	5	5	4	18	4	4	3	11	4	5	4	4	17	5	4	4	5	18	5	5	5	5	4	24
200	3	4	5	5	17	5	5	4	14	4	4	3	4	15	4	5	5	4	18	5	4	5	5	4	23
201	5	4	4	4	17	5	4	5	14	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
202	4	4	4	4	16	5	5	5	15	3	4	2	3	12	5	5	4	5	19	4	4	4	3	4	19
203	4	5	5	5	19	5	5	4	14	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
204	3	3	5	5	16	5	5	5	15	3	3	4	3	13	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
205	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	5	3	5	18	5	5	5	4	5	24
206	3	4	4	3	14	4	5	4	13	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18	5	5	5	4	4	23
207	5	3	3	5	16	4	5	5	14	4	4	3	4	15	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
208	5	4	5	4	18	5	5	5	15	3	4	4	4	15	3	5	3	5	16	4	5	5	5	5	24
209	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	3	3	3	14	5	4	5	5	19	4	5	5	5	5	24
210	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	16	3	5	3	3	14	5	5	5	5	5	25
211	4	5	5	4	18	5	4	5	14	2	3	2	2	9	5	4	5	4	18	3	2	2	2	2	11
212	3	4	5	5	17	5	5	4	14	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	3	5	23
213	4	3	4	4	15	5	5	5	15	3	3	3	3	12	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25
214	4	4	5	5	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
215	3	4	4	5	16	4	5	5	14	3	2	4	3	12	4	5	4	5	18	2	2	2	4	4	14
216	4	5	4	5	18	5	5	4	14	5	5	5	4	19	3	5	4	5	17	5	5	5	5	5	25
217	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	4	4	5	4	3	20
218	4	5	5	5	19	5	4	5	14	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
219	4	5	5	4	18	4	5	4	13	3	4	4	4	15	4	4	5	5	18	5	5	4	4	3	21
220	4	5	5	5	19	5	4	5	14	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	25
221	3	4	5	5	17	4	5	5	14	3	5	4	5	17	5	5	3	5	18	5	5	4	5	5	24
222	4	5	5	5	19	5	4	5	14	3	5	4	5	17	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
223	4	4	4	4	16	4	5	4	13	3	3	3	3	12	4	4	5	5	18	4	4	4	5	5	22
224	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	3	3	14	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	20
225	5	5	4	5	19	5	4	5	14	3	3	5	3	14	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25

226	4	4	4	4	16	5	3	5	13	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20	5	3	5	5	4	22
227	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
228	2	3	4	4	13	5	5	5	15	4	5	3	5	17	2	4	3	4	13	4	5	5	4	5	23
229	3	4	4	3	14	4	2	3	9	3	3	3	3	12	5	4	5	4	18	4	4	4	3	3	18
230	4	4	4	4	16	3	5	5	13	5	5	3	5	18	5	5	5	5	20	4	4	3	3	5	19
231	4	3	3	4	14	5	5	5	15	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
232	3	4	3	4	14	5	5	5	15	4	3	2	3	12	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20
233	4	5	5	5	19	5	5	4	14	5	4	3	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	21
234	3	4	5	4	16	3	5	5	13	2	4	3	4	13	5	3	4	3	15	4	4	5	5	5	23
235	5	5	5	5	20	4	5	5	14	3	5	4	5	17	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
236	4	4	5	5	18	5	4	4	13	5	5	5	5	20	4	4	3	4	15	5	5	5	5	5	25
237	5	4	4	5	18	5	5	5	15	4	3	4	4	15	4	5	4	5	18	5	4	5	5	5	24
238	4	3	5	4	16	4	5	4	13	3	4	3	3	13	5	4	4	5	18	5	3	4	3	5	20
239	4	4	4	4	16	3	5	4	12	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
240	3	4	4	3	14	3	5	4	12	3	3	3	3	12	4	5	3	5	17	3	3	3	3	3	15
241	4	4	5	5	18	3	4	4	11	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	21
242	5	5	5	5	20	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
243	5	5	5	5	20	4	3	4	11	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
244	4	4	4	3	15	4	5	5	14	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
245	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
246	3	4	3	3	13	4	5	5	14	3	4	3	4	14	5	5	4	5	19	4	4	4	4	4	20
247	4	3	4	4	15	4	4	5	13	3	5	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	5	5	4	24
248	4	4	3	3	14	5	4	5	14	3	4	3	4	14	4	5	5	4	18	4	4	4	3	3	18
249	3	3	4	4	14	4	5	5	14	3	3	3	3	12	3	5	5	5	18	4	4	3	4	3	18
250	5	5	5	4	19	5	4	5	14	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15	5	4	4	3	3	19
251	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
252	4	5	5	4	18	3	4	4	11	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
253	4	3	5	5	17	5	5	5	15	5	3	5	4	17	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
254	4	4	5	4	17	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
255	4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
256	5	5	5	5	20	5	5	3	13	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
257	4	3	4	4	15	3	5	5	13	3	3	3	3	12	5	4	4	4	17	4	4	3	5	5	21

258	5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
259	4	5	5	4	18	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	5	5	4	5	24
260	5	5	5	5	20	4	5	5	14	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	4	5	5	4	5	23
261	5	5	5	5	20	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
262	5	4	5	5	19	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
263	2	3	4	4	13	5	3	4	12	3	2	4	4	13	2	3	4	4	13	4	5	4	4	4	21
264	5	5	5	5	20	4	5	5	14	4	3	4	3	14	3	5	5	4	17	5	4	4	4	4	21
265	2	4	5	5	16	5	5	5	15	3	3	2	2	10	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
266	4	4	3	4	15	4	4	5	13	4	4	3	4	15	4	5	5	3	17	5	5	5	5	5	25
267	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25
268	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
269	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	5	4	5	5	4	23
270	5	5	4	5	19	3	5	5	13	3	5	3	4	15	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25
271	3	4	4	4	15	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	4	5	5	5	5	24
272	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20
273	3	3	4	3	13	4	5	5	14	3	4	2	3	12	4	4	5	4	17	4	4	4	4	3	19
274	5	4	5	5	19	4	5	5	14	4	4	5	4	17	4	3	4	3	14	3	4	4	5	5	21
275	2	3	5	5	15	3	5	5	13	3	5	3	4	15	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
276	5	5	5	4	19	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19	5	5	5	4	5	24
277	4	4	4	5	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	24
278	5	5	5	5	20	5	4	5	14	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
279	5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
280	4	4	5	5	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
281	4	4	4	4	16	4	5	5	14	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17	5	5	4	4	5	23
282	3	3	5	5	16	5	5	5	15	4	4	3	4	15	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20
283	4	4	4	5	17	5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
284	4	4	5	5	18	4	5	5	14	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	21
285	3	3	5	5	16	4	4	5	13	3	5	2	3	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
286	3	2	3	2	10	5	5	5	15	3	3	3	3	12	5	4	4	5	18	3	3	3	3	3	15
287	5	4	5	5	19	5	4	4	13	4	3	4	4	15	3	4	5	5	17	3	4	4	3	4	18
288	3	3	4	3	13	3	5	5	13	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
289	4	5	5	5	19	4	5	4	13	3	4	2	4	13	4	5	4	4	17	4	5	4	4	4	21

290	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
291	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	3	4	15	5	4	4	5	18	4	5	5	5	5	24
292	3	5	5	5	18	5	3	5	13	4	4	2	4	14	4	5	4	5	18	5	5	5	4	3	22
293	4	3	5	5	17	4	5	5	14	3	2	3	3	11	5	5	5	5	20	4	4	5	3	5	21
294	5	4	5	5	19	4	5	4	13	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	4	4	4	4	4	20
295	3	4	3	4	14	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	5	5	5	4	3	22
296	3	4	5	5	17	4	5	5	14	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
297	5	3	5	5	18	5	5	5	15	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23
298	4	3	4	5	16	5	5	5	15	2	3	3	4	12	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
299	3	4	5	4	16	5	5	4	14	4	2	2	3	11	5	5	5	4	19	3	5	5	5	5	23
300	4	4	4	4	16	3	5	4	12	3	3	4	3	13	3	4	4	3	14	4	3	4	5	4	20
301	3	4	4	4	15	4	5	4	13	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	5	4	3	4	3	19
302	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	23
303	5	2	3	4	14	4	5	5	14	4	4	4	3	15	3	4	5	3	15	4	5	4	5	5	23
304	5	5	5	3	18	4	5	5	14	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
305	5	4	5	5	19	4	5	5	14	4	5	4	4	17	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
306	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
307	4	4	4	4	16	4	4	5	13	2	2	2	2	8	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	22
308	5	4	5	5	19	4	4	5	13	4	4	3	4	15	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
309	5	5	4	5	19	4	4	5	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
310	5	5	4	5	19	4	5	5	14	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
311	3	5	3	5	16	3	4	4	11	3	5	5	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
312	5	5	4	4	18	4	5	5	14	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	4	4	5	23
313	3	4	4	4	15	3	3	4	10	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
314	4	5	5	4	18	2	4	3	9	4	4	4	4	16	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
315	3	3	5	5	16	4	5	4	13	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
316	4	4	2	5	15	4	2	3	9	3	4	5	4	16	5	3	5	5	18	4	5	4	5	5	23
317	3	3	3	4	13	5	5	5	15	3	3	5	4	15	5	4	5	4	18	3	3	2	4	3	15
318	3	5	3	5	16	4	3	3	10	4	5	5	3	17	5	5	5	5	20	3	5	5	4	5	22
319	3	3	2	2	10	5	5	5	15	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
320	4	2	5	5	16	4	5	4	13	5	5	5	4	19	4	3	3	2	12	5	5	5	5	4	24
321	3	3	4	4	14	5	4	4	13	3	5	3	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15

322	2	4	3	5	14	5	5	5	15	4	3	5	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	23
323	3	3	5	5	16	5	5	4	14	3	5	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
324	3	4	4	4	15	4	5	5	14	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18	5	5	3	5	3	21
325	4	5	5	5	19	4	4	4	12	4	5	5	5	19	5	3	5	5	18	4	5	5	5	5	24
326	3	4	4	4	15	4	5	5	14	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	4	4	4	3	3	18
327	3	5	5	5	18	4	5	4	13	4	4	3	4	15	5	3	5	5	18	5	5	5	4	5	24
328	4	4	4	3	15	5	5	5	15	5	5	2	4	16	3	3	2	3	11	2	2	3	3	2	12
329	4	5	5	5	19	5	4	5	14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24
330	4	5	5	5	19	4	5	4	13	5	5	4	5	19	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
331	4	5	5	5	19	4	2	3	9	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
332	5	4	5	5	19	5	4	5	14	4	5	4	5	18	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
333	2	4	4	4	14	3	1	4	8	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	22
334	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
335	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
336	3	4	5	5	17	4	5	3	12	3	5	4	5	17	4	3	4	4	16	5	5	5	4	5	24
337	5	5	5	5	20	5	3	3	11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
338	5	5	5	5	20	4	4	5	13	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	5	4	4	4	4	21
339	2	2	5	5	14	5	4	5	14	3	4	2	3	12	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	23
340	4	4	5	4	17	4	5	4	13	5	4	5	4	18	4	3	4	5	16	4	4	5	5	5	23
341	4	4	4	4	16	5	2	4	11	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	5	21
342	5	5	5	5	20	5	5	5	15	3	5	4	2	14	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
343	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
344	3	4	3	5	15	3	5	5	13	4	3	3	3	13	4	3	3	4	14	3	3	3	3	3	15
345	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
346	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	5	17	5	3	5	5	18	5	5	5	4	5	24
347	4	5	5	5	19	4	5	5	14	3	3	4	3	13	5	3	5	5	18	4	4	5	5	5	23
348	3	4	5	5	17	4	1	4	9	3	5	4	5	17	4	4	4	3	15	3	3	3	3	5	17
349	4	3	3	4	14	5	4	5	14	5	5	4	4	18	3	2	3	3	11	5	4	4	4	5	22
350	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	4	4	16	4	3	5	3	15	5	4	4	5	4	22
351	5	5	5	2	17	5	5	5	15	3	4	2	5	14	4	5	3	5	17	5	5	4	3	4	21
352	5	5	5	4	19	5	4	5	14	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	4	5	4	5	22
353	4	4	5	5	18	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24

354	4	4	4	2	14	5	5	5	15	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	1	3	2	1	1	8
355	5	5	4	3	17	5	5	5	15	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
356	3	5	5	5	18	5	4	5	14	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
357	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24
358	5	5	5	5	20	4	5	5	14	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
359	2	3	4	5	14	4	3	4	11	2	2	3	2	9	4	4	4	4	16	3	3	4	3	4	17
360	5	4	4	4	17	5	5	4	14	4	3	3	5	15	4	3	4	4	15	4	4	5	3	4	20
361	3	4	5	5	17	5	5	4	14	3	3	3	3	12	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
362	3	4	5	4	16	4	5	5	14	5	3	5	5	18	4	3	5	4	16	4	4	3	3	3	17
363	3	3	3	5	14	4	4	3	11	3	3	3	3	12	4	2	3	3	12	3	4	3	4	3	17
364	4	3	5	3	15	5	4	4	13	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19	1	2	1	1	1	6
365	5	5	4	3	17	4	4	5	13	3	4	3	3	13	3	3	5	4	15	4	5	4	4	5	22
366	4	5	5	5	19	4	5	5	14	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	4	4	4	5	4	21
367	1	4	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
368	5	5	5	4	19	4	5	4	13	3	4	3	4	14	4	5	5	5	19	4	5	4	4	5	22
369	4	5	5	4	18	4	4	5	13	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17	5	5	4	5	4	23
370	3	4	4	4	15	4	5	5	14	3	3	4	3	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
371	3	4	4	4	15	4	4	5	13	4	3	3	3	13	4	3	4	3	14	3	3	3	3	3	15
372	4	4	5	4	17	4	5	5	14	4	4	4	4	16	5	3	4	3	15	5	4	4	4	4	21
373	4	4	4	4	16	2	3	5	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
374	3	4	5	5	17	4	5	4	13	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
375	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
376	4	4	5	4	17	5	5	5	15	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24
377	3	4	5	5	17	5	5	5	15	3	4	4	4	15	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
378	5	2	4	4	15	3	3	4	10	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	24
379	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15	3	4	4	4	4	19
380	5	4	5	5	19	5	5	5	15	4	5	3	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	22
381	4	3	4	4	15	4	4	5	15	4	4	4	4	16	4	3	5	4	16	5	5	4	4	5	23
382	4	3	3	3	13	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	3	3	4	4	3	17
383	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	23
384	2	2	5	4	13	5	5	5	15	5	5	4	5	19	3	4	4	3	14	5	5	4	4	5	23
385	3	3	3	5	14	5	4	5	14	3	3	3	3	12	3	4	5	3	15	3	4	4	4	4	19

386	3	4	4	4	15	5	5	5	15	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	22
387	5	4	5	4	18	2	3	4	9	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	4	5	4	4	5	22
388	5	5	4	4	18	5	4	5	14	4	5	4	5	18	4	3	4	4	15	5	5	4	5	5	24
389	4	4	4	5	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	5	4	4	4	4	21
390	3	4	5	4	16	4	5	5	14	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	5	5	4	5	3	22
391	2	2	3	3	10	5	5	5	15	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15	5	4	4	4	5	22
392	3	3	3	3	12	5	5	5	15	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
393	4	4	5	4	17	5	5	5	15	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	22
394	3	3	3	3	12	5	5	5	15	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	20
395	5	4	5	5	19	4	5	5	14	3	3	4	4	14	5	5	4	4	18	3	3	4	4	3	17
396	4	5	4	5	18	5	5	5	15	3	5	3	4	15	5	4	3	5	17	5	4	4	4	4	21
397	3	3	3	3	12	5	5	5	15	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24



Lampiran 3 Data Mahasiswa Aktif Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto

Data Mahasiswa Aktif Semester Ganjil 2021/2022 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

No	Fakultas	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Ekonomi dan Bisnis Islam	594	1.910	2.504
2	Syariah	822	1.300	2.122
3	Dakwah	749	16.46	2.395
4	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	989	3.741	4.730
5	Usuluddin Adab dan Humaniora	291	491	782
6	Program Pascasarjana	253	161	414
Jumlah		3.698	9.249	12.947

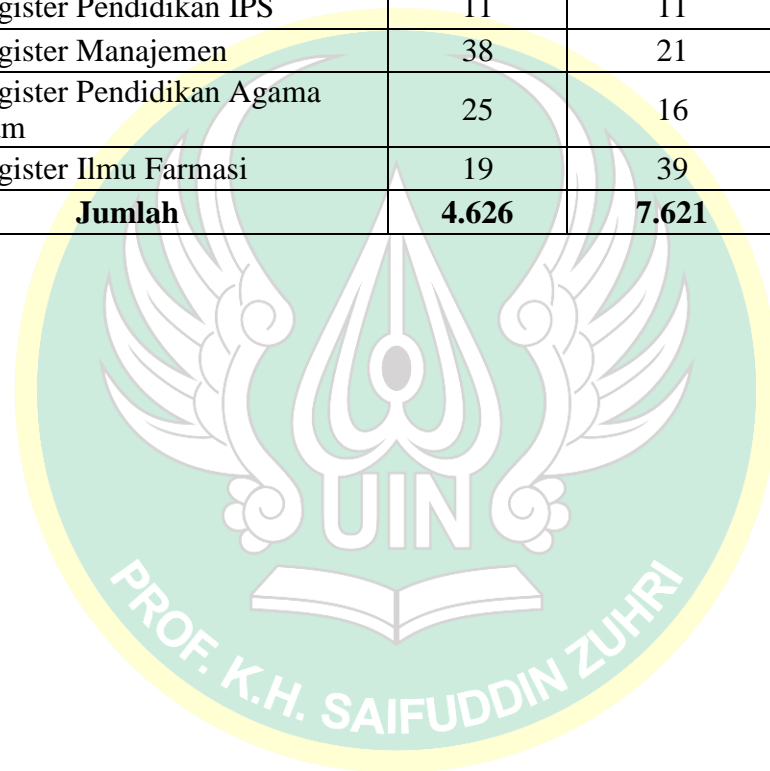
Data Mahasiswa Aktif Semester Ganjil 2021/2022 Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Angkatan	Fakultas	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2017	Sains dan Teknologi	37	10	47
	Sosial, Ekonomi, dan Humaniora	86	56	142
2018	Sains dan Teknologi	60	60	120
	Sosial, Ekonomi, dan Humaniora	107	118	225
2019	Sains dan Teknologi	57	29	86
	Sosial, Ekonomi, dan Humaniora	83	93	176
2020	Sains dan Teknologi	57	45	102
	Sosial, Ekonomi, dan Humaniora	149	177	326
2021	Sains dan Teknologi	69	39	108
	Sosial, Ekonomi, dan Humaniora	138	167	305
Jumlah		843	794	1.637

Data Mahasiswa Aktif Semester Ganjil 2021/2022 Universitas Muhammadiyah
Purwokerto

No	Program Studi	Laki-laki	Perempuan	Total
1	Pendidikan Geografi	43	68	111
2	Pendidikan Sejarah	51	53	104
3	Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	20	43	63
4	Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	104	282	386
5	Pendidikan Bahasa Inggris	95	228	323
6	Pendidikan Matematika	42	162	204
7	Pendidikan Biologi	12	87	99
8	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	167	453	620
9	Pendidikan Guru PAUD	4	62	66
10	Manajemen S1	704	874	1578
11	Akuntansi S1	187	493	680
12	Akuntansi DIII	12	56	68
13	Teknik Sipil	455	103	558
14	Teknik Kimia	47	62	109
15	Teknik Elektro	162	8	170
16	Teknik Informatika	527	145	672
17	Teknik Mesin	47	0	47
18	Agribisnis	156	164	320
19	Agroteknologi	141	96	237
20	Akuakultur	7	2	9
21	Pendidikan Agama Islam	165	218	383
22	Hukum Ekonomi Syariah	39	64	103
23	Psikologi	211	691	902
24	Farmasi	125	562	687
25	Program Profesi Apoteker	31	179	210
26	Sastra Inggris	76	149	225
27	Ilmu Hukum	254	258	512
28	Keperawatan DIII	56	138	194
29	Keperawatan S1	229	758	987
30	Kebidanan DIII	0	21	21
31	Program Pendidikan Ners	31	113	144
32	Teknologi Laboratorium Medik	76	347	423
33	Kebidanan S1	0	144	144
34	Teknik Rekayasa Elektro-Medis	13	6	19

35	Teknologi Radiologi Pencitraan	16	23	39
36	Keperawatan Anestesiologi	20	47	67
37	Manajemen Informasi Kesehatan	7	54	61
38	Pendidikan Dokter	111	176	287
39	Profesi Dokter	15	29	44
40	Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	5	17	22
41	Magister Pendidikan Bahasa Inggris	13	32	45
42	Magister Pendidikan Dasar	57	67	124
43	Magister Pendidikan IPS	11	11	22
44	Magister Manajemen	38	21	59
45	Magister Pendidikan Agama Islam	25	16	41
46	Magister Ilmu Farmasi	19	39	58
Jumlah		4.626	7.621	12.247



Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner

The image displays a Google Form titled "Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Label Halal Terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Di Purwokerto)". The form is divided into three sections: "Bagian 1 dari 7" (Introduction), "Bagian 2 dari 7" (Respondent Identity), and "Bagian 3 dari 7" (Attitude). Below the form, three WhatsApp chat screenshots show the researcher, GenBI UIN Achm..., distributing the questionnaire to respondents at UIN and UMP. The messages include the questionnaire link, a brief explanation of the research purpose, and requests for assistance in sharing the survey.

Form Section 1: Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Label Halal Terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Di Purwokerto)

Assalamu'alaikum Wr. Wb
Perkenalkan saya Ellin Arif Safitri Mahasiswa semester 8 Prodi Ekonomi Syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang menyusun skripsi. Dengan ini saya memohon saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner saya dengan kriteria

Form Section 2: Identitas Responden

Deskripsi (opsional)

Nama Lengkap *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

Perempuan

Laki-Laki

Usia *

17-19 tahun

Form Section 3: Sikap (X1)

Sikap menurut Fisbein dan Ajzen (1975) ialah faktor yang terdapat dalam diri individu untuk memberikan jawaban positif atau negatif, menerima maupun menolak pada penilaian suatu objek (Jogiyanto, 2007: 36).

Saya suka menggunakan produk kosmetik *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju (STS) Sangat Setuju (TS)

Saya percaya dengan menggunakan produk kosmetik dapat melindungi dan merawat kulit menjadi lebih baik

1 2 3 4 5

WhatsApp Chat 1: GenBI UIN Achm...

Universitas Muhammadiyah Purwokerto/Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto 2. Mengetahui produk kosmetik atau pernah memiliki intensi untuk melakukan pembelian produk kosmetik

<https://bit.ly/KuesionerPenelitianEllin>

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan dis... *Baca selengkapnya*

08.41 ✓

Haqiqi minta tolong bantu isi dan share juga ya, soalnya lagi butuh responden dari mahasiswa UIN, UMP sama UNU. Cowo atau cewe boleh ngisi juga kok. Makasih ya 😊

08.41 ✓

okkkk 08.42

Kalo udah ngisi ss kirim aku ya

08.43 ✓

WhatsApp Chat 2: Edza Nur T UNU'19

atau pernah memiliki intensi untuk melakukan pembelian produk kosmetik

<https://bit.ly/KuesionerPenelitianEllin>

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan dis... *Baca selengkapnya*

21.17 ✓

Mau minta tolong isi dan share kuesioner penelitianku ya dza ke temenmu yang di UNU. Cowo/cewe boleh ngisi kok ngga harus punya kosmetik yang penting mengetahui tentang kosmetik. Makasih ya 😊

21.18 ✓

oke siap mba nanti saya share 21.19

🙏 21.19

Oke makasih banyak ya 😊 21.19 ✓

WhatsApp Chat 3: GenBI UMP Ach...

Nahdlatul Ulama Purwokerto 2. Mengetahui produk kosmetik atau pernah memiliki intensi untuk melakukan pembelian produk kosmetik

<https://bit.ly/KuesionerPenelitianEllin>

Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan dis... *Baca selengkapnya*

14.10 ✓

Anda
Assalamu'alaikum Wr. Wb
Perkenalkan saya Ellin Arif Safitri Mahasiswa semester 8 Prodi Ek...

Fauzi, aku mau minta tolong bantu isi dan share juga ya, soalnya lagi butuh responden dari mahasiswa UMP juga. Cowo atau cewe boleh ngisi juga kok. Makasih ya 😊

14.10 ✓

Walaikumsalam wr.wb okeh siapp mbaa ellin 15.38

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas X1

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.485**	.328**	.240**	.727**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X1.2	Pearson Correlation	.485**	1	.408**	.301**	.756**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X1.3	Pearson Correlation	.328**	.408**	1	.538**	.754**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X1.4	Pearson Correlation	.240**	.301**	.538**	1	.693**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	397	397	397	397	397
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.727**	.756**	.754**	.693**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	397	397	397	397	397

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Hasil Uji Validitas X2

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.397**	.298**	.767**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	397	397	397	397
X2.2	Pearson Correlation	.397**	1	.355**	.777**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	397	397	397	397
X2.3	Pearson Correlation	.298**	.355**	1	.703**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	397	397	397	397
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.767**	.777**	.703**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	397	397	397	397

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Hasil Uji Validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.411**	.409**	.451**	.736**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X3.2	Pearson Correlation	.411**	1	.437**	.532**	.776**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X3.3	Pearson Correlation	.409**	.437**	1	.454**	.760**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X3.4	Pearson Correlation	.451**	.532**	.454**	1	.792**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	397	397	397	397	397
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.736**	.776**	.760**	.792**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	397	397	397	397	397

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Hasil Uji Validitas X4

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.220**	.292**	.443**	.702**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X4.2	Pearson Correlation	.220**	1	.178**	.339**	.658**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X4.3	Pearson Correlation	.292**	.178**	1	.270**	.640**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	397	397	397	397	397
X4.4	Pearson Correlation	.443**	.339**	.270**	1	.733**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	397	397	397	397	397
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.702**	.658**	.640**	.733**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	397	397	397	397	397

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Hasil Uji Validitas Y

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.724**	.705**	.625**	.461**	.814**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	396	397	397
Y.2	Pearson Correlation	.724**	1	.710**	.679**	.535**	.840**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	397	397	397	396	397	397
Y.3	Pearson Correlation	.705**	.710**	1	.699**	.598**	.862**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	397	397	397	396	397	397
Y.4	Pearson Correlation	.625**	.679**	.699**	1	.620**	.838**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	396	396	396	396	396	396
Y.5	Pearson Correlation	.461**	.535**	.598**	.620**	1	.777**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	397	397	397	396	397	397
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.814**	.840**	.862**	.838**	.777**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	397	397	397	396	397	397

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	4

Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	3

Hasil Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	4

Hasil Uji Reliabilitas X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.613	4

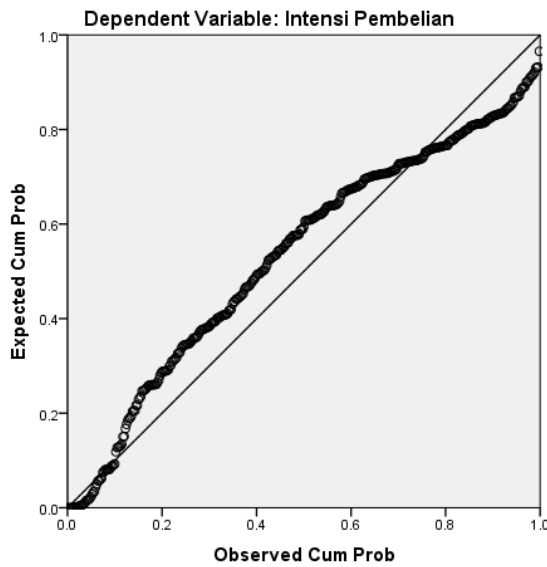
Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	5

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.078	2.295		2.213	.027		
Sikap	.249	.071	.170	3.503	.001	.933	1.072
1 Norma Subyektif	.257	.097	.125	2.655	.008	.993	1.007
Kontrol Perilaku	.282	.068	.202	4.136	.000	.927	1.079
Label Halal	.255	.088	.138	2.889	.004	.962	1.040

a. Dependent Variable: Intensi Pembelian

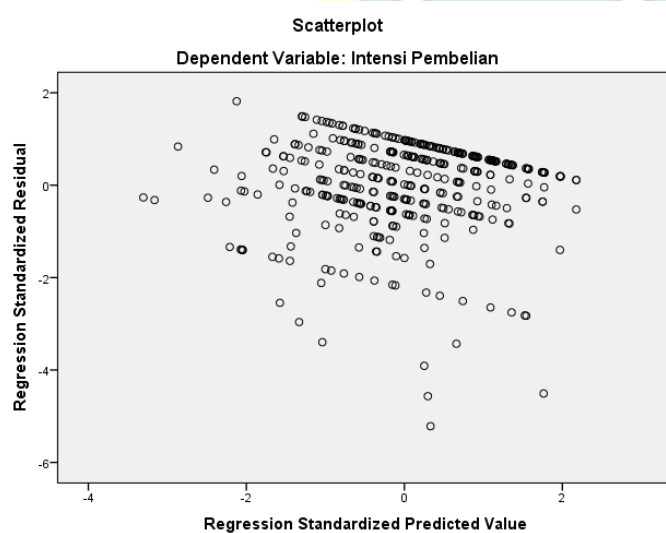
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.852	1.545		3.140	.002
1 Sikap	-.091	.048	-.099	-1.902	.058
1 Norma Subyektif	-.095	.065	-.073	-1.450	.148
1 Kontrol Perilaku	-.030	.046	-.035	-.665	.506
1 Label Halal	.041	.059	.036	.698	.486

a. Dependent Variable: ABRESID

Hasil Uji Linieritas



Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.078	2.295		2.213	.027
1 Sikap	.249	.071	.170	3.503	.001
1 Norma Subyektif	.257	.097	.125	2.655	.008
1 Kontrol Perilaku	.282	.068	.202	4.136	.000
1 Label Halal	.255	.088	.138	2.889	.004

b. Dependent Variable: Intensi Pembelian

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.078	2.295		2.213	.027
1 Sikap	.249	.071	.170	3.503	.001
1 Norma Subyektif	.257	.097	.125	2.655	.008
Kontrol Perilaku	.282	.068	.202	4.136	.000
Label Halal	.255	.088	.138	2.889	.004

a. Dependent Variable: Intensi Pembelian

Hasil Uji f (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	612.570	4	153.143	15.580	.000 ^b
	Residual	3853.097	392	9.829		
	Total	4465.668	396			

a. Dependent Variable: Intensi Pembelian

b. Predictors: (Constant), Label Halal, Norma Subyektif, Sikap, Kontrol Perilaku

Sumber: hasil olahan data kuesioner melalui SPSS versi 20

Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.370 ^a	.137	.128	3.135

Lampiran 6 Sertifikat BTA PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
 Nomor: In.17/UPT.MAJ/8920/04/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : ELLIN ARIF SAFITRI
NIM : 1817201180

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	85
# Tartil	:	80
# Imla'	:	70
# Praktek	:	75
# Nilai Tahfidz	:	75



Purwokerto, 04 Jul 2019



ValidationCode

Lampiran 7 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab


IAIN PURWOKERTO
وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان : شارع جندول أحمد ياني رقم: ٤٨، بورنوكرتو ٥٣١٢٦، هاتفه ٠٢٨١-٦٣٥١٢٤- www.iaipurwokerto.ac.id

الشهادة
 الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢٠/٩٧٧٥

	منحت الى
الاسم :	أيلين عريف سفطري
المولودة :	بيانوماس. ١٦ يناير ٢٠٠٠
الذي حصل على	فهم المسموع
٤٨ :	فهم العبارات والتراكيب
٥٠ :	فهم المقروء
٥٠ :	النتيجة
٤٩٤ :	

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١١
 ديسمبر ٢٠١٨

بورنوكرتو، ٢٨ أغسطس ٢٠٢٠
 رئيس الوحدة لتنمية اللغة.


 الحاج أحمد سعيد، الماجستير
 رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١١٤١٠٠١


 ValidationCode

Lampiran 8 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



IAIN PURWOKERTO
MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/9775/2020

This is to certify that :

Name : **ELLIN ARIF SAFITRI**
Date of Birth : **BANYUMAS, January 16th, 2000**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 49
2. Structure and Written Expression	: 51
3. Reading Comprehension	: 51

Obtained Score : **504**

The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, August 28th, 2020
Head of Language Development Unit,



H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
NIP: 19700617 200112 1 001




Lampiran 9 Sertifikat Aplikasi Komputer

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/4704/VI/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:


ELLIN ARIF SAFITRI
NIM: 1817201180


Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 16 Januari 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto **Program Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

MATERI PENILAIAN

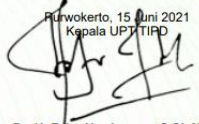
MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	65 / B
Microsoft Power Point	80 / B+





Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Purwokerto, 15 Juni 2021
 Kepala UPT TIPD



Lampiran 10 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata




SERTIFIKAT

Nomor: 342/K.LPPM/KKN.48/08/2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : **ELLIN ARIF SAFITRI**
 NIM : **1817201180**
 Fakultas/Prodi : **FEBI / ESY**

TELAH MENGIKUTI
 Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-48 Tahun 2021
 dan dinyatakan **LULUS** dengan Nilai **94 (A)**.

Purwokerto, 29 Oktober 2021
 Ketua LPPM,



Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran 11 Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa



Lampiran 12 Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan



Lampiran 13 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 482/Un.19/FEBl.J.ES/PP.009/02/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Ellin Arif Safitri
NIM : 1817201180
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Sulasih, SE., M.Si.
Judul : Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, dan Label Halal terhadap Intensi Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam di Purwokerto)

Pada tanggal 07/02/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 7 Februari 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 14 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Ellin Arif Safitri
NIM : 1817201180
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : Kamis, 19 Mei 2022
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	16
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	24
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	40
TOTAL NILAI		0 - 100	80 / B+

Penguji I,



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si

Purwokerto, 19/05/2022

Penguji II,



Ubaidillah, S.E., M.E.I

Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ellin Arif Safitri
2. NIM : 1817201180
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas/16 Januari 2000
4. Alamat Rumah : Desa Pekuncen RT 002/RW 003,
Kecamatan Jatilawang, Kabupaten
Banyumas, Provinsi Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Karwan Wawan
Nama Ibu : Riyani

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Pertiwi Pekuncen periode 2005-2006
 - b. SD Negeri 1 Pekuncen periode 2006-2012
 - c. SMP Negeri 1 Jatilawang periode 2012-2015
 - d. SMA Negeri 1 Jatilawang periode 2015-2018
 - e. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto periode 2018-
sekarang
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Modern El-Fira 1 Purwokerto
3. Pengalaman Organisasi
 - a. CEO UIN Saizu Purwokerto periode 2019-2020
 - b. CEO UIN Saizu Purwokerto periode 2020-2021
 - c. KSEI FEBI UIN Saizu Purwokerto periode 2020-2021
 - d. Genbi Purwokerto periode 2021

Purwokerto, 9 April 2022



Ellin Arif Safitri