

**PENGARUH SIKAP NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL  
(Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi 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 :  
**LAELA SAFITRI**  
**NIM : 1917201269**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF.K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Laela Safitri  
Nim : 1917201269  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)

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

Purwokerto, 26 Juni 2023



Laela Safitri  
NIM. 1917201269



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 SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL  
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Laela Safitri NIM. 1917201269** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **12 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

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

Sekretaris Sidang/Penguji

Umdah Aulia Rohmah, M.H.  
NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji

Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
NIP. 19701224 200501 2 001

Purwokerto, 25 Juli 2023

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan

Dr. H. Jamal 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 Laela Safitri NIM 1917201269 yang berjudul:

**Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat  
Pembelian Produk Kosmetik Halal**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi 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 Syari'ah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 26 Juni 2023

Pembimbing,

  
Hj. Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
NIP. 19701224 200501 2 001

**Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat  
Pembelian Produk Kosmetik Halal  
(Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)**

**Laela Safitri**

**NIM. 1917201269**

*E-mail: [laelasafitri023@gmail.com](mailto:laelasafitri023@gmail.com)*

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

**ABSTRAK**

Penggunaan kosmetik halal telah menjadi tren yang signifikan dalam masyarakat saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat pembelian kosmetik halal pada mahasiswi di Purwokerto. Adanya perkembangan akan produk halal tidak terlepas dari kesadaran masyarakat muslim dalam menggunakan produk halal. Namun dari hasil observasi penelitian yang peneliti lakukan ternyata hanya 22 responden dari 70 responden yang memperhatikan kehalalan suatu produk yang artinya kesadaran halal mahaswi masih rendah. Banyak mahasiswi yang kurang memiliki pengetahuan yang memadai tentang apa itu kosmetik halal, manfaatnya atau cara mengidentifikasi produk yang halal. Beberapa mahasiswi kurang memiliki pemahaman yang cukup tentang prinsip agama dan pentingnya mengikuti aturan-aturan halal sehingga tidak memiliki motivasi untuk mencapai produk yang halal. Masih ada ketikesesuaian antara data yang ada dengan kenyataan dilapangan dan perlunya untuk diteliti lebih lanjut terkait kosmetik halal.

Penelitian ini menggunakan *Teori Planned Behavior* sebagai kerangka teoritis untuk memahami perilaku konsumen dalam konteks pembelian kosmetik halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah kombinasi antara *probability sampling* menggunakan *proportionate stratified random sampling* dan *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 400 mahasiswi. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi ordinal, yang memungkinkan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel independen (sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku) dan variabel dependen (minat pembelian kosmetik halal).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian kosmetik halal. Artinya, ketika mahasiswi memiliki sikap positif terhadap kosmetik halal, merasakan tekanan normatif untuk menggunakan kosmetik halal dari orang-orang di sekitarnya, dan merasa mampu mengendalikan perilaku pembelian mereka, mereka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk membeli kosmetik halal.

**Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Minat Pembelian**

***The Influence of Attitude, Subjective Norm, and Behavioral Control on the Purchase Intention of Halal Cosmetics Products  
(Case Study on Female University Students in Purwokerto)***

**Laela Safitri**

**1917201269**

E-mail: [laelasafitri023@gmail.com](mailto:laelasafitri023@gmail.com)

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

**ABSTRAC**

*The use of halal cosmetics has become a significant trend in society today. This study aims to examine the influence of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on the purchase intention of halal cosmetics among female university students in Purwokerto. The development of halal products is closely related to the awareness of the Muslim community in using halal products. However, based on the research observations conducted by the researcher, it turns out that only 22 out of 70 respondents pay attention to the halal status of a product, indicating a low level of halal awareness among female students. Many female students lack sufficient knowledge about what halal cosmetics are, their benefits, or how to identify halal products. Some students also have limited understanding of religious principles and the importance of adhering to halal rules, which leads to a lack of motivation to pursue halal products. There is still a discrepancy between the available data and the reality on the ground, highlighting the need for further research on halal cosmetics.*

*The study adopts the Theory of Planned Behavior as the theoretical framework to understand consumer behavior in the context of purchasing halal cosmetics. A quantitative approach is employed for this study. The sampling method combines probability sampling using proportionate stratified random sampling and non-probability sampling using purposive sampling. The total sample size involved in this study is 400 female university students. Data was collected through the distribution of questionnaires to the respondents. The analytical tool used in this study is ordinal regression, which allows for the analysis of the relationships between the independent variables (attitude, subjective norm, and perceived behavioral control) and the dependent variable (purchase intention of halal cosmetics).*

*The results of the study indicate that both partially and simultaneously, attitude, subjective norm, and perceived behavioral control have a positive and significant influence on the purchase intention of halal cosmetics. This means that when female university students have a positive attitude towards halal cosmetics, perceive normative pressure to use halal cosmetics from people around them, and feel capable of controlling their purchasing behavior, they are more likely to have a higher intention to purchase halal cosmetics.*

***Keywords: attitude, subjective norm, behavioral control, purchase intention***

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. 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'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	<u>Ž</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Q
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamza h	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدّة	Ditulis		'Iddah
------	---------	--	--------

## 3. Ta, Marbutah Diakhir Kata Bila Dimatikan Di tulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

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

كرامة الولياء	Ditulis	Karāmah Al-Auliyyā'
---------------	---------	---------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dhommah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakāt Al-Fitr
------------	---------	---------------

## 4. Vokal Pendek

( - )	Fatah	A
( - - )	Kasroh	I
( و )	Dhomah	U

## 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + Alif	Ditulis	A
----	---------------	---------	---

	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyah</i>
2.	Fathah+Ya'mati	Ditulis	A
	تنسي	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.	Kasrah+Ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4.	Dammah+Wawu Mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

## 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah+Ya'mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah +Wawu Mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

## 7. Vokal Pendek Berurutan Dalam Satu Kata Dipisahkan Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

## 8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	<i>al-qiyās</i>
--------	---------	-----------------

b. Bila diikuti huruf syamsyiah ditulis dengan menggunakan huruf syamsyiah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	<i>As-samā</i>
--------	---------	----------------

## 9. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

ذوئالفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
-----------	---------	----------------------

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xvi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Manfaat Penelitian.....	13
D. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Theory Of Planned Behavior .....	15
1. Teori Sikap .....	15
2. Teori Norma Subjektif.....	17
3. Teori Kontrol Perilaku.....	18
B. Teori Minat Beli .....	18
C. Teori Kosmetik Halal.....	19
D. Landasan Teologis .....	23
1. Sikap Menurut Islam .....	23
2. Norma Subjektif Menurut Islam.....	24
3. Kontrol Perilaku Menurut Islam.....	25
4. Minat Beli Menurut Islam .....	26

5. Kosmetik Halal menurut Islam.....	27
E. Penelitian Terdahulu .....	29
F. Kerangka Berpikir .....	36
1. Hubungan antara Sikap dengan minat pembelian .....	36
2. Hubungan Norma Subjektif dengan Minat Pembelian.....	37
3. Hubungan Kontrol Perilaku dengan Minat Beli.....	37
4. Hubungan antara Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku dengan Minat Pembelian .....	38
G. Hipotesis.....	38
1. Hipotesis 1 .....	39
3. Hipotesis 3 .....	39
4. Hipotesis 4 .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	40
1. Lokasi Penelitian .....	40
2. Waktu Penelitian .....	40
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
1. Populasi .....	41
2. Sampel Penelitian .....	41
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	43
1. Variabel .....	43
2. Indikator .....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Kuisisioner .....	45
2. Studi Pustaka .....	45
3. Observasi .....	45
F. Pengumpulan Data .....	46
1. Data Primer.....	46
2. Data Skunder .....	46
G. Skala Pengukuran Data .....	47

H. Uji Validitas dan Realibilitas .....	47
1. Uji validitas .....	47
2. Uji Realibilitas.....	49
I. Teknis Analisis Data .....	49
1. Uji Korelasi Rank Spearman .....	49
2. Koefisien Konkoordinasi Kendal's W.....	50
3. Regresi Ordinal.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Penelitian .....	53
B. Karakteristik Responden .....	56
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	57
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	57
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik yang Ingin di Beli	58
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	59
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pengeluaran Belanja Kosmetik Selama 1 Bulan.....	60
C. Hasil Uji Validitas dan Uji Realibitas.....	60
1. Hasil Uji Validitas .....	60
2. Hasil Uji Realibilitas .....	64
D. Hasil Analisis Data.....	65
1. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman .....	65
2. Hasil Uji Kendal W .....	68
3. Hasil Uji Regresi Ordinal .....	69
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022
Tabel	1.2	Jenis Kosmetik Halal di Indonesia
Tabel	2.1	Penelitian Terdahulu
Tabel	2.2	Kerangka Pemikiran Peneliti
Tabel	3.1	Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian
Tabel	3.2	Indikator Penelitian
Tabel	3.3	Pembobotan Nilai untuk Jawaban Responden
Tabel	4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel	4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel	4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama
Tabel	4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi
Tabel	4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik yang Ingin dibeli
Tabel	4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan
Tabel	4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pengeluaran Selama 1 bulan
Tabel	4.8	Hasil Uji Validitas Sikap
Tabel	4.9	Hasil Uji Validitas Norma Subjektif
Tabel	4.10	Hasil Uji Validitas Kontrol Perilaku
Tabel	4.11	Hasil Uji Validitas Minat Pembelian
Tabel	4.12	Hasil Uji Realibilitas
Tabel	4.13	Hasil Uji Rank Spearman Sikap Terhadap Minat Pembelian
Tabel	4.14	Hasil Uji Rank Spearman Norma Subjektif Terhadap Minat Pembelian
Tabel	4.15	Hasil Uji Rank Spearman Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian
Tabel	4.16	Hasil Uji Konkordansi Kendall's W
Tabel	4.17	Hasil Uji Konkordansi Kendall's W
Tabel	4.18	Hasil SPSS Case processing Summary Parsial 1
Tabel	4.19	Hasil SPSS Model Fitting Information Parsial 1
Tabel	4.20	Hasil SPSS Goodness-of-Fit Parsial 1
Tabel	4.21	Hasil SPSS Pseudo R-Square Parsial 1
Tabel	4.22	Hasil SPSS Parameter Estimates Parsial 1
Tabel	4.23	Hasil SPSS Case processing Summary Parsial 2
Tabel	4.24	Hasil SPSS Model Fitting Information Parsial 2
Tabel	4.25	Hasil SPSS Goodness-of-Fit Parsial 2
Tabel	4.26	Hasil SPSS Pseudo R-Square Parsial 2
Tabel	4.27	Hasil SPSS Parameter Estimates Parsial 2
Tabel	4.28	Hasil SPSS Case processing Summary Parsial 3
Tabel	4.29	Hasil SPSS Model Fitting Information Parsial 3
Tabel	4.30	Hasil SPSS Goodness-of-Fit Parsial 3
Tabel	4.31	Hasil SPSS Pseudo R-Square Parsial 3
Tabel	4.32	Hasil SPSS Parameter Estimates Parsial 3

Tabel	4.33	Hasil SPSS Case procesing Summary Simultan
Tabel	4.34	Hasil SPSS Model Fitting Information Simultan
Tabel	4.35	Hasil SPSS Goodness-of-Fit Simultan
Tabel	4.36	Hasil SPSS Pseudo R-Square Simultan
Tabel	4.37	Hasil SPSS Paramenter Estimates Simultan



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022



## LAMPIRAN

Lampiran	1	Surat Ijin Penelitian
Lampiran	2	Surat Pernyataan Telah Melaksanakan Penelitian
Lampiran	3	Kuisisioner Penelitian
Lampiran	4	Data Responden
Lampiran	5	Tabulasi Data
Lampiran	6	Hasil Uji Validitas
Lampiran	7	Hasil Uji Realibilitas
Lampiran	8	Hasil Uji Korelasi Rank Spearman
Lampiran	9	Hasil Uji Konkordansi Kendall's W
Lampiran	10	Hasil Uji Regresi Ordional
Lampiran	11	Bukti Penyebaran Kuisisioner
Lampiran	12	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
Lampiran	13	Surat Keterangan Lulus Ujian Komrehensif
Lampiran	14	Blangko Bimbingan
Lampiran	15	Sertifikat BTA PPI
Lampiran	16	Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
Lampiran	17	Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
Lampiran	18	Sertifikat Aplikasi Komputer
Lampiran	19	Sertifikat KKN (Kuliah Kerja Nyata)
Lampiran	20	Sertifikat PBM (Praktek Bisnis Mahasiswa)
Lampiran	21	Sertifikat PPL (Praktek Pangalaman Lapangan)

## MOTTO

Belajarliah dari masa lalu, Hiduplah di massa sekarang dan rencakan untuk hari esok.

\*\*\*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabil'alamin segala Puji syukur kita panjatkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi akhir zaman Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan tabi'in, semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak kita mendapat syafaatnya di hari akhir.

Semoga dengan selesainya penulisan skripsi ini membawa berkah dan manfaat untuk kemaslahatan bersama. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag. M.M., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E, M.Si, selaku koordinator program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Rahmini Hadi, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang tak kenal lelah memberikan masukan dan arahan kepada penulis sampai bisa terselesaikan.
9. Segenap dosen dan staf Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

10. Untuk kedua orang tua yang selalu memberikan motivasi, semangat, yang telah sabar mendidik saya Bapak Ngadimin dan ibu Nasiyati.
11. Untuk adik yang sangat saya sayangi Ahsana Nadiya dan Naura Nur Jihan yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
12. Untuk sahabat saya tercinta yang banyak membantu dan selalu mensupport saya Mas Agung Prasetyo, Anung Galih Sutanto, Mba Dian Nur Fatihah, Mba Ngavivatul, Inayatul Laeli, Karomatul Laela, Ezrika Novita dan Rafika Hani.
13. Untuk keluarga besar Ekonomi Syariah C 2019 yang telah menemani dan menjadi keluarga di kampus UIN SAIZU purwokerto.
14. Untuk keluarga besar Pesantren Mahasiswa Annajah Purwokerto, teman-teman KA, teman-teman AEC dan teman-teman seperjuangan.
15. Untuk mahasisiwi Unsoed, UMP, Amikom, Unwiku, UHB, UNU, Institut Telkom, UIN Saizu Purwokerto yang sudah bersedia mengisi kuisisioner penelitian saya.
16. Serta seluruh pihak yang telah membantu kelancaran skripsi.



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat terkait penggunaan produk yang halal, telah dilakukan banyak penelitian sebelumnya yang membahas minat atau niat masyarakat dalam membeli produk kosmetik yang halal. Berdasarkan Teori Perilaku Terencana, niat memainkan peran penting dalam melakukan perilaku. Ajzen (2005) menjelaskan bahwa niat adalah kecenderungan subjektif seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Niat merupakan indikator yang baik untuk meramalkan perilaku yang akan dilakukan oleh individu. Dengan demikian, minat pembelian merujuk pada preferensi konsumen dalam membeli produk atau layanan. Ajzen dan Martin Fishbein adalah pengembang Teori Perilaku Terencana, yang merupakan pengembangan dari teori sebelumnya, yaitu Teori Tindakan Beralasan. Keinginan untuk membeli produk seperti kosmetik halal dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Suki (2014) dalam penelitiannya yang berjudul *Does Celebrity Credibility Influence Muslim and Non-Muslim Consumers' Attitudes Toward Brands and Purchase Intention*, faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli meliputi keahlian selebriti, sikap, kualitas produk, citra merek halal, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas merek halal. Sementara menurut Rahman (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention*, minat beli dipengaruhi oleh faktor-faktor religiusitas, pengetahuan, dan sikap. Dalam Teori Perilaku Terencana, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk membeli produk kosmetik halal, yaitu sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku (Ajzen, 1991).

Banyak peneliti menggunakan teori ini karena dianggap lebih baik dan kompleks dalam menjelaskan perilaku konsumen. Namun, dalam perkembangan penelitian mengenai pengaruh sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku terhadap minat pembelian kosmetik halal, masih ada banyak perdebatan di

kalangan peneliti sebelumnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuningsih, 2018), *Theory of Planned Behavior* dapat digunakan untuk menjelaskan intensi konsumen terhadap kosmetik dan produk perawatan kulit halal di Indonesia, di mana sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi konsumen. Sebanyak 64,8% intensi konsumen terhadap kosmetik dan produk perawatan kulit halal dapat dijelaskan oleh sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sementara itu, 32,2% intensi konsumen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut. Namun, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Komala, 2020), diperlukan modifikasi dari *Theory of Planned Behavior* karena teori ini tidak sesuai untuk digunakan dalam penelitian tersebut, di mana hanya satu variabel yang memiliki hubungan signifikan dengan minat pembelian kosmetik halal.

Menurut teori perilaku terencana, minat seseorang dalam membeli suatu produk tertentu utamanya dipengaruhi oleh sikap atau keyakinan pribadi mereka terhadap produk tersebut. Sikap atau pandangan seseorang mencerminkan pendapat psikologis mereka terhadap produk tersebut. Sikap konsumen menjelaskan bagaimana seseorang melihat objek tertentu sebagai hal yang positif atau negatif, menguntungkan atau merugikan. Sikap konsumen diharapkan dapat meramalkan tindakan masa depan terkait minat pembelian kosmetik halal (Tamba, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Purwantini & Tripalupi, 2021) menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Utami, 2021) dan (Ariyanti, 2016), yang menunjukkan bahwa mahasiswi yang memiliki sikap positif terhadap produk kosmetik halal cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ikhsan & Sukardi, 2020), (Komala, 2020), dan (Fitriani & Novianti, 2022), yang menunjukkan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal. Menurut Ikhsan dan Sukardi, sikap tidak mempengaruhi minat beli kosmetik halal karena pada dasarnya perempuan ingin selalu

terlihat cantik, dan fenomena saat ini menunjukkan bahwa masih banyak wanita yang menggunakan produk kosmetik yang tidak sesuai dengan syariat Islam, karena mereka lebih tertarik pada produk kosmetik instan tanpa memperhatikan kehalalan dan keharamannya demi penampilan yang lebih cantik. Berdasarkan hasil observasi terhadap 70 mahasiswi, keseluruhan mahasiswi mengetahui dan memiliki minat untuk membeli produk kosmetik halal.

Norma subjektif adalah faktor lain yang mempengaruhi minat beli seseorang, selain sikap. Menurut (Ajzen & Fishbein, 1977) dalam penelitiannya yang berjudul *Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research*, norma subjektif menggambarkan tekanan sosial yang diberikan pada seseorang untuk ikut dalam suatu perilaku atau menahan diri dari melakukannya. Pengarahan ini menekankan pengaruh lingkungan sosial seperti keluarga, teman, tokoh, dan lingkungan sosial secara umum terhadap perilaku individu. Ketika lingkungan sosial tidak mendukung atau tidak mendorong perilaku seseorang, minat beli akan sulit tercipta, sesuai dengan hubungan antara norma subjektif dan niat beli (Susanto & Sahetapy, 2021). Keyakinan individu didasarkan pada informasi yang mereka akses. Perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh harapan orang lain terhadap mereka, yang memberikan tekanan dan dorongan pada perilaku individu (Mukorobin & Wahono, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Utami, 2021) yang menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Rofifah, 2020) yang menyatakan bahwa keyakinan normatif mahasiswi muslim di Semarang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat mahasiswi tersebut untuk membeli produk kosmetik bersertifikat halal. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Suki & Salleh, 2016) yang menyatakan bahwa variabel norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dalam penelitian oleh Suki & Salleh (2016), konsumen muslim sering mencari informasi melalui orang-orang terdekat seperti teman, keluarga, dan komunitas ketika membuat keputusan untuk berbelanja produk yang memiliki citra halal. Berdasarkan kriteria responden yang merupakan mahasiswi muslim di

Semarang, responden memiliki tingkat norma subjektif yang tinggi, dan pengaruh orang-orang di sekitar mereka sangat mempengaruhi minat responden untuk membeli produk kosmetik bersertifikat halal. Namun, terdapat perbedaan pendapat dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ikhsan & Sukardi, 2020), (Witriyana dkk., 2019), dan (Fitriani & Novianti, 2022) yang menunjukkan bahwa norma subjektif tidak memiliki pengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap niat pembelian. Menurut penelitian Ikhsan & Sukardi, norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat beli kosmetik halal karena kebanyakan perempuan saat memilih produk tersebut lebih fokus pada kecocokan penggunaan, bukan mengikuti tren merek yang disukai oleh orang lain. Terdapat perbedaan pandangan mengenai hal ini. Dari 70 mahasiswi yang di observasi, mayoritas ketika melakukan minat pembelian dipengaruhi oleh teman yaitu 33 responden dan sisianya dipengaruhi oleh keluarga, public figure, dan karena keinginan sendiri.

Faktor berikutnya yang memengaruhi minat beli adalah kontrol perilaku. Kontrol perilaku memiliki peranan penting dalam konsep perilaku terencana karena mencerminkan kemampuan individu untuk membuat keputusan dalam menghadapi berbagai tekanan eksternal yang timbul dari norma subjektif. Ajzen (2012) mendefinisikan kontrol perilaku sebagai kemampuan atau keyakinan seseorang untuk melakukan sesuatu. Pembentukan niat perilaku, yang termanifestasi dalam berbagai jenis perilaku seperti keputusan pembelian, niat berkunjung, dan niat perilaku lainnya, sebagian diprediksi oleh kontrol perilaku yang dianggap sebagai variabel independen yang penting (Susanto & Sahetapy, 2021). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Witriyana dkk., 2019) yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ariyanti, 2016) yang menyatakan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan tidak berpengaruh terhadap niat pembelian kosmetik halal. Menurut hasil penelitian Ariyanti, kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal karena mahasiswi telah memiliki niat untuk membeli kosmetik halal, namun persepsi mengenai kekuasaan untuk melakukan

perilaku tersebut dalam kondisi yang tidak mendukung. Kosmetik halal tersebut sulit didapatkan atau diakses secara luas. Kosmetik halal hanya dijual di outlet atau gerai tertentu yang resmi. Berdasarkan hasil observasi pendahuluan, rata-rata responden dalam membeli kosmetik mendapatkan informasi dan kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut melalui media sosial, toko *online*, atau kunjungan langsung ke toko kosmetik.

Islam adalah agama yang mengajarkan manusia tentang bagaimana berperilaku dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam hal ibadah serta aturan tentang bagaimana melakukan bisnis, berinteraksi dengan orang lain, dan mengkonsumsi makanan. Salah satu ajaran Islam yaitu mengatur perilaku konsumsi manusia, yang mana harus memperhitungkan baik apa yang akan dikonsumsi untuk keperluan duniawi maupun bagaimana menghindari ketidaktaatan terhadap hukum-hukum Allah SWT. Umat Islam diwajibkan menggunakan dan mengkonsumsi produk yang halal. Halal berasal dari bahasa arab yaitu dari kata halla, yahillu, hillan, dan wahalalan yang artinya boleh atau dibolehkan oleh syariat islam. Sedangkan secara umum, produk halal yaitu produk yang tidak terkontaminasi dengan hewan yang dilarang oleh syariat islam seperti anjing dan babi atau terkontaminasi dengan najis Bagi umat islam dalam memilih sebuah produk apabila terjadi kesalahan akan berdampak kerugian baik secara lahir maupun batin. Menggunakan produk yang tidak aman secara lahir dapat membahayakan kesehatan, sedangkan penggunaan produk yang tidak halal secara batin dapat mengakibatkan dosa (Ningtyas dkk., 2021).

Sedangkan kosmetik haram menurut MUI adalah kosmetik yang mengandung bahan haram dan tidak halal. Suatu produk dikatakan haram jika produk mengandung bahan Najis atau bahan non halal. Penting bagi muslim dan Muslimah untuk mengetahui daftar kosmetik haram dan atau daftar kosmetik halal, dengan demikian dapat terhindar dari perkara yang dilarang dalam agama islam. Untuk mengetahui suatu produk kosmetik itu mengandung bahan yang haram, berikut ini dijabarkan bahan-bahan yang masuk didalamnya yaitu diantara lain sebagai berikut: bahan kandungan dari babi dan anjing, bahan kandungan dari hewan buas, bahan kandungan dari tubuh manusia, darah,

bangkai, hewan halal yang penyembelihannya tidak sesuai dengan syariat islam, dan khamar (alkohol). Bahan yang disebutkan pada umumnya haram jika menggunakan lemak atau bagian tubuh yang berasal dari hewan yang dinyatakan haram. Dari beberapa bahan haram yang sudah dijelaskan diatas, ada juga bahan yang masih diragukan antara halal atau haram diantaranya yaitu plasenta, gliserin, kolagen, lactic acid, hormon, gelatin, keratin, dan aneka pewarna, pewangi, dan asam oleat. Selain bahan yang sudah disebutkan diatas, titik kritis halal produk kosmetik adalah bahan waterproof. Bahan ini menjadi titik kritis karena air wudhu tidak dapat membilas kulit secara sempurna (Purwanto, 2021).

Mengacu pada data “State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022” yang diluncurkan DinarStandard, industry halal Indonesia berada di urutan empat dari 81 negara dengan skor 68,5. Berikut data peringkat Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022:

**Gambar 1.1 Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022**

**Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022  
(Daftar 15 Negara Teratas dari 81 Negara)**

Peringkat	Negara	GIEI	Keuangan Syariah	Makanan Halal	Pariwisata Halal	Fesyen Halal	Kosmetik dan Obat-Obatan Halal	Media dan Hiburan Islami
1	Malaysia	207,2	426,9	123,4	193,5	46,0	15,5	97,3
2	Saudi Arabia	97,8	218,6	56,6	69,2	19,3	15,8	29,7
3	Uni Emirat Arab	90,2	114,6	63,3	78,6	171,8	30,9	63,8
<b>4</b>	<b>Indonesia</b>	<b>68,5</b>	<b>91,0</b>	<b>71,1</b>	<b>58,0</b>	<b>68,0</b>	<b>31,3</b>	<b>26,8</b>
5	Turki	67,3	51,0	69,8	106,7	95,1	31,5	53,5
6	Bahrain	66,7	121,9	44,5	89,3	18,6	29,4	30,1
7	Singapura	65,0	45,0	57,8	107,1	48,3	23,5	78,5
8	Kuwait	62,1	115,5	43,1	69,0	17,5	60,8	29,2
9	Iran	56,0	90,3	48,1	52,1	25,4	15,7	24,9
10	Jordan	51,8	72,1	51,3	58,4	19,3	10,6	25,7
11	Oman	47,8	74,5	46,1	43,2	20,2	21,4	25,9
12	Qatar	46,9	73,4	43,4	40,1	21,6	31,5	30,8
13	Inggris	46,1	49,0	47,4	31,4	41,9	10,7	52,9
14	Kazakhstan	45,2	46,0	59,2	60,8	26,6	11,4	26,4
15	Pakistan	44,9	65,7	48,3	38,7	26,4	29,4	11,0

Sumber: State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022

Dari **Gambar 1.1** menunjukkan bahwa konsumen Indonesia yang memperhatikan kosmetik halal semakin berkembang karena mengonsumsi produk halal merupakan kewajiban yang harus dijalankan oleh umat islam, sehingga kebutuhan akan produk halal semakin mengalami peningkatan. Label halal yang diperhatikan bukan lagi sebatas produk pangan, namun sudah

merambat ke sektor kosmetik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya nilai konsumsi produk halal Indonesia per sektor (2020 & 2025) mengalami kenaikan khususnya pada sektor kosmetik. Hal tersebut juga disebabkan banyaknya pemeluk agama islam Di Indonesia. Per 31 Desember 2021, total penduduk muslim berdasarkan data Kemeterian Dalam Negeri sebanyak 237, 53 juta jiwa. Jumlah tersebut sebanding dengan 86,9% dari populasi tanah air.

Menurut databoks RISSC (2021) dalam kategori 10 negara dengan populasi muslim terbesar dunia, Indonesia menduduki posisi teratas sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia (Kusnandar, 2021). Adanya perkembangan akan produk halal tidak terlepas dari kesadaran masyarakat muslim dalam menggunakan produk halal. (Nurhasanah dkk., 2021). Namun dari hasil observasi penelitian yang peneliti lakukan ternyata hanya 22 responden dari 70 responden yang memperhatikan kehalalan suatu produk yang artinya kesadaran halal mahasiswa masih rendah. Banyak mahasiswa yang tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang apa itu kosmetik halal, manfaatnya atau cara mengidentifikasi produk yang halal. Kurangnya akses terhadap informasi yang benar menyebabkan rendahnya kesadaran tentang pentingnya menggunakan kosmetik halal. Beberapa mahasiswa kurang memiliki pemahaman yang cukup tentang prinsip agama dan pentingnya mengikuti aturan-aturan halal. Mereka juga tidak menyadari bahwa ada persyaratan agama terkait dengan produk yang mereka gunakan sehingga tidak memiliki motivasi untuk mencapai produk yang halal. Sehingga dari data yang ada tidak sesuai dengan kenyataan dilapangan, sehingga terjadi kesenjangan dan perlunya untuk diteliti lebih lanjut terkait kosmetik halal.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 445/MenKes/Permenkes/1998 tentang komponen, bahan kimia, pewarna, substrat, pengawet, dan tabir surya dalam kosmetik dijelaskan bahwa kosmetik sebagai produk yang siap untuk digunakan pada permukaan tubuh manusia, termasuk gigi dan mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, meningkatkan daya tarik, menunjang penampilan, melindungi agar tetap dalam kondisi baik, dan mengurangi bau badan, tetapi tidak ditujukan untuk digunakan mengobati

atau menyembuhkan penyakit. Karena sekarang ada begitu banyak jenis kosmetik di pasaran, pelanggan harus memilih kosmetik lebih hati-hati untuk memastikan aman digunakan dan tidak memiliki efek samping negatif (Izza & Zafira, 2020).

Kosmetik dengan unsur-unsur yang diperbolehkan menurut hukum Islam disebut kosmetik halal. Produk harus diperiksa untuk memastikan tidak mengandung bahan-bahan yang haram atau mengandung najis. Memilih kosmetik halal saat ini menjadi prioritas utama konsumen kosmetik karena selain aman dan telah teruji, bahan-bahannya juga memenuhi syariat Islam. Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan Majelis Ulama Indonesia (LPPOMUI) telah mensertifikasi kehalalan berbagai produk untuk memastikan status kehalalannya. Artinya, produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal dijamin bebas dari najis dan aman digunakan selama beribadah, menurut situs resmi LPPOMUI. Di Indonesia jaminan terhadap produk halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 (KumparanSTYLE, 2019). Sudah ada ribuan produk kosmetik yang tersertifikasi kehalalannya. Beberapa produk kosmetik yang sudah tersertifikasi kehalalannya dan berredar di Indonesia diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jenis Kosmetik Halal di indoensia**

No	Jenis Kosmetik	Keterangan
1.	Wardah	Pelopor kosmetik halal di Indonesia sejak 1998
2.	Emina	Sejak tahun 2021 kosmetik emina sudah resmi tersertifikasi kehalalannya
3.	MS Glow	MS Glow merupakan produk yang telah mengantongi sertifikasi halal MUI sejak tahun 2018
4.	Mustika Ratu	Mustika ratu mengklaim sebagai pelopor perawatan kecantikan alami memanfaatkan kekayaan alam Indonesia

5.	Purbasari	Purbasari cukup konsisten di pasar kosmetik tanah air sejak tahun 1993
6.	Esqa	Merek kosmetik ini telah memenuhi standar internasional dan sudah mendapatkan label halal MUI
7.	By Lizzie Parra	Mendapatkan label halal ditahun ke 3 setelah pendiriannya
8.	Viva Cosmetics	Viva kosmetik mendapatkan kepercayaan tinggi karena semua produknya halal dan harganya murah dikantong
9.	Zoya Kosmetik	Mendapatkan label halal diawal kemunculannya pada tahun 2013
10.	Sariayu	Mendapatkan label halal pada tahun 2012

Sumber: publikasimedia.com

Setiap orang membutuhkan kosmetik, baik pria maupun wanita. Jenis kosmetik yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat dibagi menjadi dua yaitu kosmetik skincare dan kosmetik make up. Mereka menggunakan kosmetik untuk merias wajah, pengharum tubuh, dan untuk perawatan pribadi. Seiring perkembangan masyarakat, kecantikan telah mengambil peran yang lebih signifikan dalam mendukung penampilan karena orang ingin tampil terbaik dalam segala keadaan. Setiap orang memiliki perspektif yang unik tentang kecantikan. Menurut teori E.H. Tambunan, kecantikan juga bisa dinilai dari kepribadian, kecerdasan, dan bagaimana kita menampilkan diri kita yang sebenarnya selain wajah. Namun, tidak sedikit orang yang percaya bahwa kecantikan dapat dinilai dari bentuk tubuh yang sempurna, bentuk wajah yang lonjong, mata yang besar dan bulat, kulit yang mulus bersinar, rambut yang indah, gigi yang putih, dan suara yang merdu (Wulandari & Utami, 2021).

Kosmetik yang menempel pada kulit tentunya akan terbawa pada saat kita melakukan ibadah sholat, untuk itu penting bagi kita untuk memastikan kosmetik yang digunakan bebas dari najis. Karena jika kosmetik terbuat dari bahan-bahan haram maka badan atau kulit kita akan menjadi najis, seperti pada produk yang mengandung *sodium heparin* yang asalnya dari hewan babi yang ditemukan pada produk nutrisi kulit dan krim anti jerawat, hal tersebut

berbahaya baik dari segi kesehatan maupun kesucian diri. Meskipun sebagian orang berpendapat bahwa kosmetik yang menempel pada kulit dapat dibersihkan dengan air tapi perlu kita ingat, kulit yang dibasuh saat wudhu tidak semua terkena air, padahal kita menggunakan kosmetik hampir pada semua bagian kulit (Ikhsan & Sukardi, 2020). Kebijakan halal dari Departemen Agama untuk menjamin kehalalan produk kosmetik harus mencakup bahan (zat nya) baik bahan baku maupun bahan tambahan tidak berasal dari zat yang diharamkan, proses produksi, penyimpanan, distribusi, peralatan, tenaga kerja dan penyajiannya tidak terkontaminasi oleh najis.

Menurut *Zap Beauty Index*, keamanan produk kecantikan yang mereka pilih menjadi perhatian lebih dari separuh wanita Indonesia (65,4%). Wanita Indonesia lebih cenderung menggunakan produk yang aman digunakan atau memiliki label BPOM. Review produk kecantikan (64,7%) juga mempengaruhi keputusan pembelian wanita. Faktanya, ulasan produk memiliki pengaruh terbesar pada wanita di Indonesia (ZAP Beauty Indeks, 2020). Menurut (Nusareserch, 2020), mayoritas wanita di Indonesia yang menggunakan kosmetik berusia antara 18 sampai 24 tahun, yang mana dalam usia tersebut rata-rata berada pada tingkat perguruan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi merupakan bagian terbesar dari mereka yang menggunakan kosmetik.

Berdasarkan uraian diatas bahwa kosmetik merupakan produk yang digunakan konsumen untuk menunjang penampilannya agar terlihat lebih menarik. Salah satu konsumen produk kosmetik halal adalah mahasiswi di Purwokerto yang menjadi pengguna kosmetik untuk berhias wajah agar lebih cantik dan menarik. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan partisipan mahasiswi usia 18-24 tahun di Perguruan Tinggi Purwokerto. Di purwokerto sendiri, terdapat 10 jumlah perguruan tinggi tetapi peneliti hanya mengambil 8 perguruan tinggi besar yang ada di Purwokerto, diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Mahasiwa Aktif Perguruan Tinggi di Purwokerto Tahun Akademik 2019-2022**

No	Perguruan Tinggi di Purwokerto	Jumlah mhasiswa
1.	Universitas Jendral Soedirman	95.225
2.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	59.232
3.	Universitas Wijaya Kusuma	23.641
4.	U niversitas Muhammadiyah Purwokerto	19.117
5.	Institut Telkom Purwokerto	16.352
6.	Universitas Amikom Purwokerto	11.451
7.	Universitas Harapan Bangsa	7.783
8.	Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto	5.722
<b>Jumlah</b>		<b>238.532</b>

*Sumber: Data primer yang diolah dari pddikti.kemendikbud.go.id*

Peneliti mendapatkan data sejumlah 238.523 mahasiswa aktif perguruan tinggi di Purwokerto. Alasan peneliti melakukan penelitian di Purwokerto karena Purwokerto memiliki populasi mahasiswi perguruan tinggi yang dapat dijadikan subjek penelitian yang relevan dengan topik penelitian sehingga akan diperoleh data yang representatif dan valid. Selain itu, purwokerto memiliki akses ke berbagai toko, pusat perbelanjaan dan penjualan produk kosmetik, termasuk produk kosmetik halal. Keterbatasan anggaran, waktu dan aksesibilitas menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi penelitian, karena dengan memilih Purwokerto sebagai lokasi penelitian, memudahkan peneliti untuk mengamati terkait penelitian yang sedang dilakukan karena dekat dengan tempat tinggal peneliti dan lebih praktis sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk mencapai tujuan penelitian yang efisien.

Sebagai mahasiswi riasan wajah dianggap sebagai sesuatu yang penting dan dapat menutupi kekurangan-kekurangan yang dapat mengurangi kepercayaan diri, terlebih lagi semakin berkembangnya standar kecantikan dari waktu ke waktu. Serta semakin banyaknya tuntutan kecantikan yang secara tidak langsung mempengaruhi perempuan, yakni bahwa anggapan cantik adalah sempurna secara fisik. Sehingga membuat perempuan melakukan berbagai cara untuk mampu mencapai standar kecantikan yang sempurna yang ada disekitarnya termasuk menggunakan kosmetik. Jadi tidak heran jika semakin

banyaknya mahasiswi yang menggunakan kosmetik untuk mencapai standar kecantikannya khususnya pada mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto.

Berdasarkan reserch gap dan latar belakang di atas disimpulkan bahwa masih ada kesenjangan penelitian terdahulu mengenai peran model Teori Planned Behavior dalam meningkatkan minat beli, dan menarik untuk diteliti kembali model tersebut dengan objek yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Sehingga penulis tertarik mengambil judul: **“Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dari judul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Pada Mahasiswi Di Purwokerto)”, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal?
3. Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal?
4. Apakah sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat pembelian kosmetik halal?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji pengaruh sikap terhadap minat pembelian produk kosmetik halal.
- b. Untuk menguji pengaruh norma subjektif terhadap minat pembelian produk kosmetik halal.

- c. Untuk menguji pengaruh kontrol perilaku terhadap minat pembelian kosmetik halal.
- d. Untuk menguji pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat pembelian kosmetik halal.

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi Penulis**

Dengan studi ini, peneliti akan memiliki kesempatan untuk mempraktekkan teori-teori yang dipelajari di perkuliahan serta mengeksplorasi bidang pengetahuan baru di lapangan yang berkaitan dengan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, serta produk halal khususnya kosmetik halal.

### **b. Bagi Pengusaha**

Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu industri kosmetik terkait sebagai komponen fundamental dalam meningkatkan kualitas aman terpercaya dan bahan dasar dalam mengetahui kesadaran halal. Selain itu, penelitian ini juga berfungsi sebagai pedoman untuk melakukan perbaikan baik dimasa sekarang maupun dimasa depan.

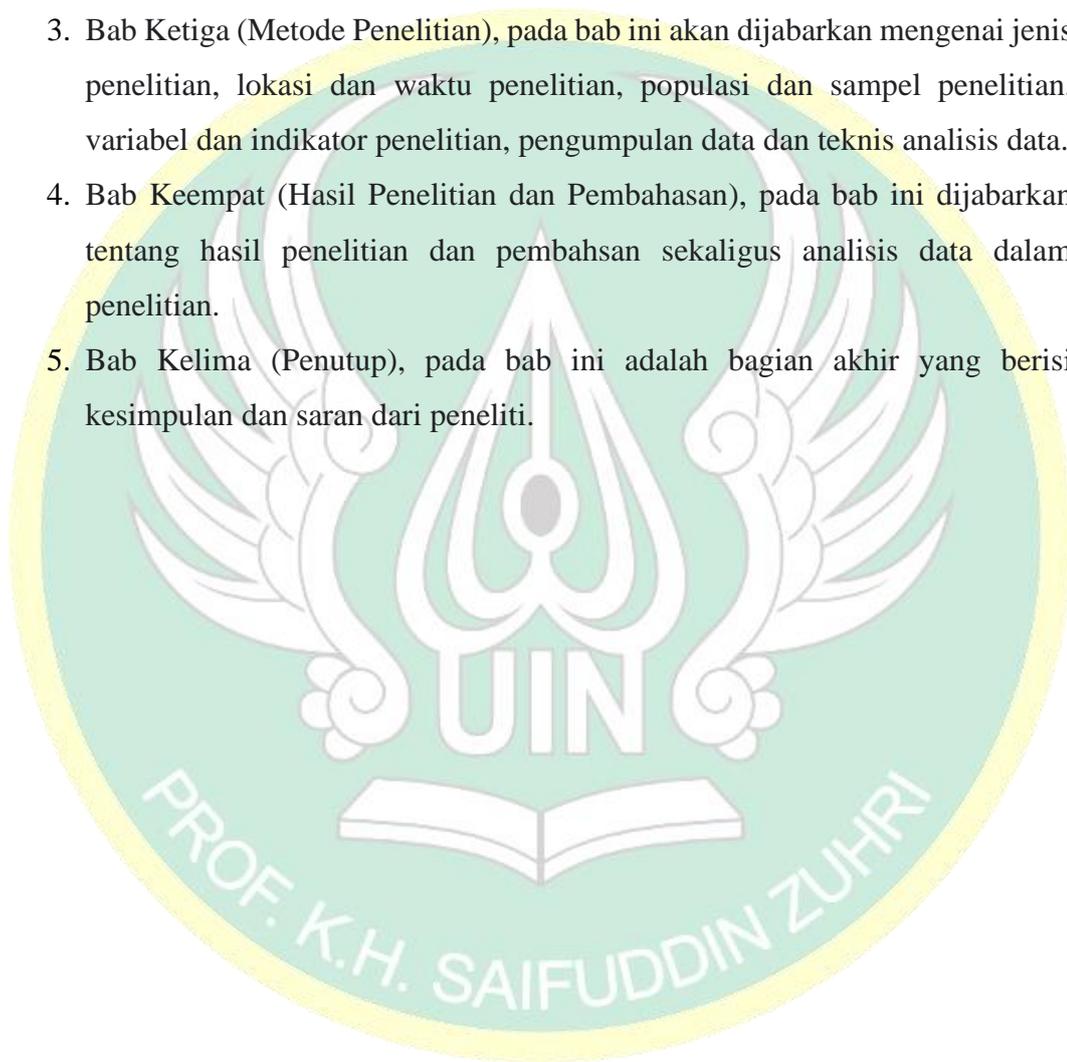
### **c. Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan akademik dan berfungsi sebagai sumber untuk penelitian masa depan.

## **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika dibuat guna untuk memudahkan pembaca untuk melihat bagian tertentu dengan lebih terperinci. Jika dilihat secara keseluruhan, topik dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian: pendahuluan, bagian isi, dan kesimpulan. Halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman pengesahan, moto, kata pengantar, abstrak, dan daftar isi semuanya ditemukan di awal penelitian ini. Pada bagian isi dibagi menjadi lima bab, yang masing-masing berisi beberapa sub-bab yang saling berkaitan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bab Pertama (Pendahuluan), pada bab ini akan dijabarkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.
2. Bab Kedua (Landasan Teori), pada bab ini akan dijabarkan mengenai kajian Pustaka, landasan teori yang digunakan dalam penelitan, landasan teologis, kerangka penelitian, dan hipotesis.
3. Bab Ketiga (Metode Penelitian), pada bab ini akan dijabarkan mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data dan teknis analisis data.
4. Bab Keempat (Hasil Penelitian dan Pembahasan), pada bab ini dijabarkan tentang hasil penelitian dan pembahsan sekaligus analisis data dalam penelitian.
5. Bab Kelima (Penutup), pada bab ini adalah bagian akhir yang berisi kesimpulan dan saran dari peneliti.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Theory Of Planned Behavior

Icek Ajzen menciptakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai teori perilaku untuk pertama kalinya pada tahun 1985. Menurut teori ini, niat perilaku seseorang dapat diprediksi oleh tiga faktor: norma subyektif, sikap terhadap tindakan atau perilaku, dan control perilaku yang dipersepsikan. TPB ini muncul untuk menyempurnakan kekurangan yang dimiliki Theory Reason Action. Menurut TPB, ketika seseorang bertindak, perilaku tersebut tidak dibatasi tetapi justru berada di bawah kendali orang lain. Akibatnya, komponen control perilaku yang dirasakan ditambahkan dalam teori tersebut. Rasa pengekanan perilaku internal dan eksternal disebut sebagai control perilaku yang dirasakan. Adanya variabel control perilaku yang dipersepsikan inilah yang menjadi perbedaan nyata antara TRA dengan TPB (Indrawati, Ph.D.dkk, 2017:19).

##### 1. Teori Sikap

Menurut pendapat (Schiffman & Kanuk, 2008), sikap harus disimpulkan dari apa yang dikatakan dan dilakukan orang daripada diamati secara langsung. Konsistensi dalam pembelian, rujukan ke orang lain, dan niat berdasarkan sikap membentuk semua perilaku konsumen. Dalam konteks perilaku konsumen, sikap mengacu pada kecenderungan yang tertanam untuk bertindak dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu hal tertentu. Pengertian sikap menurut (Petter & Olson, 2014:130) adalah penilaian seseorang secara keseluruhan terhadap suatu gagasan. (Pangestika & Prasastyo, 2017) menyatakan bahwa sikap adalah tingkah laku yang mengungkapkan seberapa tinggi seseorang memandang suatu aktivitas tertentu.

Berdasarkan pandangan yang dikemukakan oleh (Kreitner & Kinicki, 2003:182), sikap dapat diartikan sebagai kecenderungan yang konsisten dalam merespons suatu hal dengan memberikan dukungan atau tidak mendukungnya, dengan memperhatikan objek tertentu. (Ajzen, 1991) dalam

penelitiannya yang berjudul *The Theory of Planned Behavior* mendefinisikan sikap sebagai sejauh mana seseorang mengevaluasi atau menilai perilaku yang relevan baik atau buruk. Jadi dapat disimpulkan sikap adalah perasaan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan ketika seseorang melakukan sesuatu. Menurut Fishbein, cara terbaik untuk memahami sikap adalah sebagai gagasan langsung, salah satu komponen dari seberapa besar afektif yang dimiliki seseorang atau sesuatu. Komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif adalah tiga bagian utama yang saling terkait dari sikap. Berikut adalah penjelasan dari komponen tersebut:

a. Komponen Kognitif

Salah satu komponen pertama dalam model tiga komponen terdiri dari berbagai pemahaman individu, yaitu pengetahuan dan persepsi. Konsep ini disusun berdasarkan penggabungan pengalaman praktis dengan objek sikap dan pengetahuan terkait yang diperoleh dari berbagai sumber. Pengetahuan dan persepsi ini umumnya terwujud dalam bentuk keyakinan, yakni keyakinan konsumen terhadap berbagai atribut objek sikap dan hasil-hasil yang akan ditimbulkan oleh perilaku tertentu.

b. Komponen Afektif

Unsur afektif dalam berbagai sikap adalah perasaan atau emosi yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau merek tertentu. Seseorang dapat menilai objek sikap sebagai menyenangkan atau tidak menyenangkan, serta baik atau buruk. Pengalaman yang melibatkan emosi seperti kebahagiaan, kesedihan, rasa malu, rasa jijik, kemarahan, keterkejutan, atau kekecewaan juga dapat mempengaruhi sikap. Riset mengindikasikan bahwa kondisi emosional tersebut dapat meningkatkan atau memperkuat pengalaman yang bersifat positif atau negatif, serta memengaruhi ingatan terhadap pengalaman tersebut yang berdampak pada pemikiran dan perilaku individu.

c. Komponen Konatif

Bagian terakhir dari model tiga komponen terkait dengan kemampuan atau kecenderungan seseorang untuk bertindak atau

berperilaku secara khusus terhadap objek sikap yang dipersepsikan. Beberapa interpretasi menganggap komponen konatif dapat mencakup perilaku yang sebenarnya. Dalam penelitian pemasaran dan konsumen, komponen konatif sering kali dianggap sebagai indikasi niat konsumen untuk melakukan pembelian. Skala niat pembelian digunakan untuk mengukur kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk atau berperilaku sesuai dengan cara tertentu (Schiffman & Kanuk, 2008).

## 2. Teori Norma Subjektif

Menurut (Pangestika & Prasastyo, 2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen Di DKI Jakarta, norma subyektif adalah bagaimana seseorang mengalami tekanan yang diberikan padanya untuk terlibat atau menahan diri dari melakukan tindakan tertentu. Norma subyektif sangat dipengaruhi oleh individu di lingkungan terdekat seseorang. Teman, orang tua, kerabat, dan anggota keluarga lainnya adalah beberapa contoh referensi yang menonjol. Menurut (Ajzen, 1991), norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Menurut Schiffman & Kanuk (2008), norma subjektif dapat diukur secara langsung dengan memperhatikan perasaan konsumen serta pendapat orang lain seperti keluarga, teman, atau sahabat terkait dengan tindakan yang sedang dilakukan. Proses ini melibatkan penilaian apakah orang-orang tersebut menunjukkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap tindakan yang akan diambil. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa norma subjektif merupakan persepsi individu terhadap kepercayaan orang lain yang dapat memengaruhi niat individu untuk melaksanakan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Berdasarkan pendapat Fishbein dan Azjen (2005), secara umum norma subjektif terdiri dari dua komponen sebagai berikut:

a. *Normative beliefs* (Keyakinan Norma).

Persepsi atau pandangannya tentang apa yang diharapkan orang lain darinya berfungsi sebagai panduan untuk bertindak atau tidak dengan cara

tertentu. Keyakinan tentang apakah subjek harus terlibat dalam perilaku tertentu atau tidak, seperti yang diungkapkan oleh tokoh penting atau orang lain dalam kehidupan orang tersebut.

b. *Motivation to comply* (motivasi untuk memenuhi)

Yaitu lebih tepatnya, dorongan individu untuk memenuhi harapan tersebut tergolong dalam norma subjektif. Norma subjektif dapat diartikan sebagai interaksi antara tekanan yang dirasakan individu dari orang-orang di sekitarnya dan keinginan untuk menyetujui sudut pandang mereka (*motivation to comply*) dalam melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut (Ningtyas dkk.,2021).

### 3. Teori Kontrol Perilaku

Menurut (Ajzen, 1991) kontrol perilaku yaitu mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta hambatan dan rintangan yang diantisipasi. Sebagai aturan umum, semakin menguntungkan sikap dan norma subjektif sehubungan dengan perilaku dan semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan, semakin kuat niat individu untuk melakukan perilaku yang dipertimbangkan. Jadi dapat disimpulkan kontrol perilaku adalah pandangan seseorang mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku dibentuk oleh:

- a. *Control Belief* (Keyakinan Pengendalian) yaitu probabilitas bahwa beberapa faktor menunjang suatu tindakan/perilaku.
- b. *Power Of Control Factor/Access to the Control Factor* (kekuatan faktor pengendalian) yaitu akses subjek atau kekuatan subjek terkait faktor-faktor yang menunjang perilaku tersebut (Anggelina J.P & Japariato, 2014).

### B. Teori Minat Beli

Niat beli didefinisikan oleh Fisbein dan Ajzen (1991:15) sebagai keadaan seseorang sesaat sebelum bertindak, yang bisa menjadi dasar untuk memperkirakan atau mengantisipasi perilaku atau tindakan tersebut. Mengumpulkan informasi produk berdasarkan pengetahuan langsung tentang produk dan lingkungan adalah langkah pertama dalam menentukan minat atau

prioritas pembelian pelanggan. Pelanggan memulai proses memperkirakan dan menilai setelah mengumpulkan informasi ke tingkat tertentu, dan setelah membandingkan dan memberikan penilaian, memutuskan produk mana yang akan dibeli. Norma subjektif, yang terbentuk dari harapan yang dirasakan oleh individu, melibatkan satu atau lebih individu dalam lingkungan terdekatnya. (contohnya, kerabat atau rekan kerja) mendukung perilaku tertentu dan mendorongnya untuk mengikutinya, merupakan salah satu penyebab niat beli (Anggelina J.P & Japarianto, 2014).

Menurut (Kotler, 2005), keinginan seseorang untuk membeli timbul setelah dirangsang oleh produk yang dilihatnya. Ketertarikan ini kemudian membuat mereka ingin mencoba produk tersebut sebelum mengambil keputusan untuk membelinya (Rakhmawati, 2018). Jadi dapat disimpulkan minat beli adalah keinginan yang muncul dalam diri seseorang terhadap suatu produk setelah mengamati dan mengetahui produk tersebut.

### **C. Teori Kosmetik Halal**

Asal-usul istilah kosmetik berasal dari bahasa Yunani, yaitu kosmetikos yang berarti keahlian dalam seni menghias. Menurut (FatwaMUI, 2013), kosmetik adalah produk yang digunakan untuk membersihkan, menjaga, meningkatkan penampilan, atau mengubah penampilan melalui berbagai cara seperti pengolesan, perekatan, percikan, atau penyemprotan. Saat ini, kosmetik telah menjadi kebutuhan utama bagi banyak orang. Kemajuan teknologi telah memungkinkan produksi berbagai macam produk kosmetik dengan berbagai jenis bahan dan fungsi yang beragam, namun seringkali tidak jelas apakah kosmetik tersebut halal atau tidak. Beberapa bahan seperti elastin, ekstrak plasenta, dan bahkan kolagen seringkali dikaitkan dengan zat-zat haram dalam produk kosmetik. Hal ini disebabkan karena bahan-bahan tersebut mungkin berasal dari bahan-bahan yang diharamkan dalam agama Islam. Oleh karena itu, sebagai umat Islam, penting bagi kita untuk lebih selektif dalam memilih produk kosmetik yang kita gunakan, karena kosmetik yang digunakan oleh umat Islam haruslah halal dan suci.

Kosmetik dianggap halal jika dalam proses pembuatannya tidak mengandung zat-zat yang diharamkan oleh Islam, seperti komponen yang berasal dari babi, anjing, manusia, darah, atau bangkai hewan. Hewan tersebut harus diproses sesuai dengan syariat Islam, meskipun bagian hewan yang halal digunakan dalam proses pembuatannya. Hal yang sama berlaku untuk pengujian produk. Jika dilakukan uji coba pada hewan, produk kosmetik dianggap halal jika tidak dilakukan dengan maksud menyiksa atau membunuh hewan tersebut. Islam melarang penyiksaan hewan dengan cara apapun. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika. MUI (LPPOMUI) yang menerbitkan label halal kosmetik di Indonesia. Lembaga inilah yang bekerjasama dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) milik pemerintah (BeautyJournal.id, 2016). Perintah untuk menggunakan dan mengonsumsi produk halal terdapat dalam Al-Quran yaitu pada QS. Al Baqarah ayat 168 dan QS. Al Baqarah ayat 172.

Berdasarkan fungsinya, kosmetik dapat dibagi menjadi dua kategori utama yaitu kosmetik perawatan kulit (*skincare cosmetics*) dan kosmetik riasan (*make up*):

1. Kosmetik perawatan kulit (*skincare cosmetics*)

Jenis ini digunakan untuk menjaga kebersihan dan kesehatan kulit.

Termasuk di dalamnya:

- a. Kosmetik pembersih kulit (*cleanser*): seperti sabun, krim pembersih, susu pembersih, dan toner.
- b. Kosmetik pelembap kulit (*moisturizer*), contohnya krim pelembap, krim malam, krim anti keriput.
- c. Kosmetik pelindung kulit, seperti krim tabir surya dan dasar tabir surya, krim/lotion tabir surya.
- d. Kosmetik eksfoliasi kulit (*peeling*), misalnya krim scrub yang mengandung partikel halus yang berfungsi sebagai pengelupas.

2. Kosmetik riasan (*make-up cosmetics*).

Jenis ini dibutuhkan untuk mempercantik dan menyembunyikan kekurangan pada kulit agar menghasilkan penampilan yang lebih menarik

serta memberikan efek psikologis yang positif, seperti rasa percaya diri. Dalam kosmetik rias, zat pewarna dan zat pewangi memainkan peran yang signifikan.

Untuk pengelompokan kosmetik berdasarkan bahan dan penggunaannya, serta untuk tujuan evaluasi produk, kosmetik dibagi menjadi dua golongan. Golongan I merupakan kosmetik yang digunakan untuk bayi, kosmetik yang digunakan di sekitar mata, rongga mulut, dan mukosa lainnya, kosmetik yang mengandung bahan dengan persyaratan kadar dan penandaan, serta kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya yang belum umum dan belum diketahui keamanan dan manfaatnya. Sementara itu, kosmetik golongan II adalah kosmetik yang tidak termasuk dalam golongan I.

Pengelompokan kosmetik menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI mencakup beberapa kategori sebagai berikut:

1. Produk-produk yang digunakan untuk bayi, seperti bedak bayi dan minyak bayi, krim bayi, dan baby oil. merupakan preparat khusus yang diformulasikan untuk kebutuhan bayi.
2. Preparat mandi, seperti sabun mandi dan bath oil.
3. Preparat make-up mata, seperti maskara, eyeshadow, eyeliner, eyebrow pencil, dan eye make-up remover. Juga preparat wangi-wangian, seperti parfum dan cologne.
4. Preparat untuk rambut, seperti sampo, kondisioner rambut, pelurus rambut, pomade, tonik rambut, hair dressing, dan hair spray.
5. Preparat pewarna rambut.
6. Produk-produk kosmetik (kecuali untuk mata), seperti bedak, lipstik, blush on, dan foundation, termasuk dalam kategori preparat make-up yang digunakan untuk keperluan kecantikan.
7. Preparat kebersihan mulut, seperti pasta gigi dan mouth wash.
8. Preparat kebersihan tubuh, seperti anti perspirant dan deodorant.
9. Preparat untuk perawatan kuku, seperti cat kuku.
10. Preparat perawatan kulit, seperti pembersih, pelembab, dan handbody lotion.

11. Preparat cukur, seperti krim cukur.
12. Preparat suntan dan sunscreen

Bagi umat Muslim, penting untuk memastikan kehalalan dan kesucian bahan yang terkandung dalam suatu produk saat menggunakannya atau mengonsumsinya. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Komisi Fatwa telah mengeluarkan fatwa No. 23 tahun 2013 yang memberikan panduan mengenai standar kehalalan produk kosmetika dan penggunaannya. Terdapat delapan hal yang perlu diperhatikan oleh umat Muslim berdasarkan fatwa MUI tersebut:

1. Penggunaan kosmetika untuk keperluan berhias diizinkan asalkan bahan yang digunakan halal dan suci, ditujukan untuk kepentingan yang diizinkan secara syar'i, serta tidak menimbulkan bahaya.
2. Penggunaan kosmetika yang dimaksudkan untuk dikonsumsi atau masuk ke dalam tubuh dengan menggunakan bahan yang najis atau haram dilarang.
3. Pemakaian kosmetika yang hanya digunakan di luar tubuh dan menggunakan bahan yang najis atau haram selain dari babi diizinkan dengan syarat dilakukan penyucian setelah penggunaan.
4. Tidak ada keringanan untuk menggunakan kosmetika yang haram jika hanya digunakan untuk tujuan keindahan (tahsiniyyat).
5. Pemakaian kosmetika yang berfungsi sebagai obat harus mematuhi peraturan hukum sebagai obat dan mengacu pada fatwa terkait penggunaan obat-obatan.
6. Produk kosmetika yang mengandung bahan hasil rekayasa genetika yang melibatkan gen babi atau gen manusia dinyatakan haram.
7. Pemakaian kosmetika yang menggunakan bahan dari hewan halal (seperti lemak) yang tidak diketahui cara penyembelihannya dinyatakan sebagai makruh tahrim dan sebaiknya dihindari.
8. Kosmetika yang menggunakan bahan dari produk mikroba yang tidak diketahui media pertumbuhan mikrobanya apakah berasal dari babi, sebaiknya dihindari sampai adanya kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahan tersebut (mui.or.id, 2022).

## D. Landasan Teologis

### 1. Sikap Menurut Islam

Ada beberapa ayat yang mengajarkan tentang pentingnya berusaha mencari kebaikan dan menjauhi segala bentuk keburukan. Ayat-ayat tersebut dapat dihubungkan dengan pentingnya memiliki sikap yang positif terhadap produk-produk kosmetik halal, antara lain:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ؕ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ؕ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan yang perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. AN Nisa:29).

Ayat ini mengajarkan tentang pentingnya memperhatikan sumber kehalalan dan kebaikan dalam membeli dan menggunakan suatu produk, termasuk kosmetik halal yang dipastikan bahan dan proses produksinya sesuai dengan prinsip syariat islam. Selain ayat al quran diatas, terdapat ayat al quran lainnya yang menjelaskan tentang sikap menurut islam yaitu pada QS Al Ankabut:6

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ ؕ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

“Dan barang siapa yang berjihad, maka sesungguhnya dia berjihad untuk dirinya sendiri. Sesungguhnya Allah Maha Kaya dari semesta alam.” QS. Al-Ankabut:6

Ayat tersebut mengajarkan tentang pentingnya berusaha mencari kebaikan dan menjauhi segala bentuk keburukan. Sebagai seorang muslim, penting untuk memiliki sikap positif terhadap produk kosmetik halal, karena dengan memilih produk kosmetik halal yang bermanfaat, maka kita juga berusaha mencari kebaikan dan menjaga kebersihan serta Kesehatan diri. Dari ayat yang sudah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa seorang muslim

harusnya memiliki sikap yang positif terhadap produk kosmetik halal, karena memilih produk kosmetik halal yang bermanfaat bagi Kesehatan dan kecantikan diri merupakan salah satu cara untuk berusaha mencari kebaikan an menjaga kebersihan serta kesehatan diri. Oleh karena itu, sebagai seorang muslim penting untuk memperhatikan sumber kehalalan dan kebaikan dalam membeli dan menggunakan suatu produk termasuk ksometik halal.

## 2. Norma Subjektif Menurut Islam

Dalam Al-Quran, terdapat beberapa ayat yang menggarisbawahi pentingnya pengaruh teman, sahabat, dan keluarga dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk minat membeli kosmetik halal. Meskipun secara khusus tidak ada ayat yang secara langsung membahas kosmetik halal, prinsip-prinsip yang ditekankan dalam Al-Quran dapat diterapkan dalam konteks ini. Al-Quran menggaris bawahi pentingnya memilih teman yang baik dan berteman dengan orang-orang yang mendukung kebaikan. Teman yang baik dapat memengaruhi pilihan-pilihan kita, termasuk dalam membeli kosmetik halal yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Allah berfirman dalam Surah Al-Kahf (18:28):

وَاصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ وَلَا تَعْدُ عَيْنَاكَ عَنْهُمْ تُرِيدُ زِينَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَلَا تُطِعْ مَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبَهُ عَنْ ذِكْرِنَا وَاتَّبَعَ هَوَاهُ وَكَانَ أَمْرُهُ فُرُطًا

"Dan bersabarlah kamu (Muhammad) bersama-sama dengan orang-orang yang menyeru Rabb mereka pada waktu pagi dan petang, ingin menghadap-Nya. Dan janganlah kedua matamu berpaling dari mereka (karena) mengharapakan perhiasan hidup di dunia ini."

Sahabat yang baik adalah mereka yang mendorong kita untuk melakukan kebaikan dan menjauhi yang buruk. Dalam konteks minat membeli kosmetik halal, sahabat yang baik akan memberikan dorongan positif dan memberikan informasi yang benar mengenai produk yang halal.

Al-Quran juga menekankan pentingnya ikatan keluarga dan saling membantu dalam berbagai aspek kehidupan. Keluarga yang mendukung

keputusan untuk menggunakan kosmetik halal akan memberikan dukungan moral dan membantu memperkuat niat untuk berbuat baik. Allah berfirman dalam Surah An-Nahl (16:90):

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat ihsan dan memberi kepada kaum kerabat; dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran."

Penting untuk mencatat bahwa sumber utama ketentuan mengenai kosmetik halal adalah dalam hadis dan fatwa dari ulama yang menjelaskan kriteria dan persyaratan produk yang halal. Namun, prinsip-prinsip yang dijelaskan dalam Al-Quran tentang pengaruh teman, sahabat, dan keluarga tetap berlaku dalam konteks ini.

### 3. Kontrol Perilaku Menurut Islam

Dalam Islam, kontrol perilaku adalah bagian penting dari konsep akhlak atau etika Islam. Islam mendorong umatnya untuk mengendalikan perilaku mereka agar sesuai dengan ajaran agama dan prinsip moral yang diajarkan dalam Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad.

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

“Maka makanlah dari rezeki Allah dan bersyukurlah, (ingatlah) nikmat Allah yang telah diberikan-Nya kepadamu, jika benar-benar kamu kepada-Nya menyembah” (Q.S. AN Nahl:114)

Ayat ini mengajarkan pentingnya bersyukur atau atas rezeki yang telah Allah berikan kepada kita. Sebagai seorang muslim, kita harus berusaha untuk membeli produk kosmetik halal dengan rasa syukur dan berusaha membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan kita. Sebagai seorang muslim, kita harus memiliki kontrol perilaku yang baik dalam membeli

kosmetik halal. Hal ini karena Allah hanya memperbolehkan segala yang baik untuk kita, serta mengajarkan pentingnya memperoleh harta dengan cara yang halal, menjaga keseimbangan dalam pengeluaran dan bersyukur atas rezeki yang telah diberikan. Oleh karena itu, kita harus berusaha untuk membeli produk kosmetik halal yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan kita, serta menghindari praktik bisnis yang tidak jujur dan tidak adil.

#### 4. Minat Beli Menurut Islam

Terdapat beberapa prinsip dalam Islam yang dapat menjadi dasar untuk mempertimbangkan penggunaan kosmetik halal. Beberapa prinsip tersebut antara lain Islam mengajarkan pentingnya menjaga kebersihan dan kesucian, baik dalam ibadah maupun dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks kosmetik, penggunaan kosmetik halal yang bebas dari bahan-bahan haram atau najis dapat dianggap sebagai upaya menjaga kebersihan diri. Allah berfirman dalam Q.S AL-Maidah ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya khamar (minuman keras), berjudi, berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan." (Al-Ma'idah: 90).

Dari ayat diatas dapat dijelaskan bahwa Islam mengajarkan untuk menjaga kesehatan dan kehidupan dengan menghindari segala bentuk kerusakan atau bahaya. Dalam pemilihan kosmetik, memilih produk halal yang tidak mengandung bahan berbahaya dapat dianggap sebagai upaya menjaga kesehatan dan menghindari bahaya yang mungkin ditimbulkan.

وَعَاتٍ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ نَبْذِيرًا

"Dan janganlah kamu berbuat pemborosan; karena sesungguhnya pemborosan itu adalah kerja syaitan yang sangat dibenci oleh Tuhanmu." (Al-Isra': 26-27)

Penting untuk dicatat bahwa penekanan pada kosmetik halal lebih berkaitan dengan pilihan individu dan pandangan agama masing-masing. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk merujuk pada otoritas keagamaan, seperti ulama atau lembaga fatwa, untuk mendapatkan pandangan dan panduan yang lebih khusus dalam hal ini.

## 5. Kosmetik Halal menurut Islam

Dalam Al-Quran, terdapat beberapa ayat yang memberikan pemahaman tentang kecantikan, berias, dan penggunaan kosmetik secara umum. Meskipun ayat-ayat ini tidak secara khusus membahas kosmetik, mereka memberikan panduan umum tentang bagaimana umat Islam dapat memperindah diri dengan sopan dan berhias dengan baik. Berikut adalah beberapa ayat yang relevan yaitu dalam Q.S. Al-A'raf (7:31):

يٰۤاٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, dan makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah menghendaki agar manusia berpakaian dengan baik dan sopan ketika memasuki masjid atau tempat ibadah. Meskipun ayat ini tidak secara khusus membahas kosmetik, dapat diartikan sebagai dorongan untuk memperindah diri dengan cara yang tidak berlebihan dan tetap menjaga kesopanan. Allah SWT berfirman dalam Surat An-Nur (24:31):

وَقُلْ لِّلْمُؤْمِنٰتِ يَغْضُضْنَ مِنْ اَبْصٰرِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوْجَهُنَّ وَلَا يُبْدِيْنَ زِيْنَتَهُنَّ اِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا ۗ وَلَا يَبْضُرْنَ  
بِحُمْرِهِنَّ عَلٰى جُيُوْبِهِنَّ

"Dan katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung ke dadanya..."

Ayat ini memberikan petunjuk bagi wanita yang beriman untuk menjaga aurat mereka dan tidak menampakkan perhiasan mereka kecuali yang biasa terlihat. Meskipun ayat ini tidak secara khusus membahas kosmetik, dapat diartikan sebagai pengingat untuk menggunakan kosmetik dengan bijaksana dan tidak berlebihan. Meskipun tidak ada ayat yang secara spesifik membahas kosmetik, prinsip-prinsip yang terkandung dalam ayat-ayat tersebut dapat menjadi pedoman bagi umat Islam dalam memperindah diri, menggunakan kosmetik dengan bijaksana, dan tetap menjaga kesopanan serta batasan-batasan yang ditetapkan oleh agama.

Apa yang diperbolehkan dan dilarang untuk dimakan dan digunakan manusia juga telah disebutkan dalam Al-Qur'an dan hadits, salah satunya ada dalam Q.S Al-Baqarah ayat 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَخَنَّاسَ وَالْخِنْزِيرَ وَمَا أَهَلَ بِهِ لَعْنَةُ اللَّهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.

Dari firman Q.S Al Baqarah ayat 173 dapat disimpulkan bahwa Allah SWT telah memerintahkan umatnya untuk mengkonsumsi barang halal dan toyyib yang ada di dunia yang telah dianugerahkan olehNya dan melarang mengkonsumsi barang haram karena akan menyebabkan kemadharatan. Begitupun berlaku untuk penggunaan suatu produk, boleh digunakan apabila bahan dan proses pembuatannya tidak terkandung unsur yang mengharamkan. Ketika halal sudah menjadi opsi maka konsumen muslim akan memilih produk dengan mempertimbangkan kehalalannya (Sara dkk., 2022).

### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam sebuah penelitian yang berjudul "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Secara Online di Shopee" oleh Witriyana dan tim peneliti (2019), digunakan jenis penelitian penjelasan (explanatory research) yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 45 mahasiswa S1 reguler yang terbagi dalam program studi IESP, Akuntansi, dan Manajemen. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Online di Shopee Indonesia pada Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unlam. Namun, jika dilihat secara terpisah, Sikap dan Norma Subjektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Online di Shopee Indonesia. Hanya Kontrol Perilaku yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Online di Shopee Indonesia pada Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unlam.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul "Pengaruh Religiusitas, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Membeli produk Kosmetik Halal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta" oleh Ikhsan dan Sukardi (2020), dilakukan survei sebagai metode penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji untuk memastikan keakuratan data. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda, dengan menggunakan uji F dan uji t karena terdapat lebih dari dua variabel yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian produk kosmetik halal, seperti yang terlihat dari nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat kepercayaan ( $0,24 > 0,05$ ). Sikap (X2) juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian produk kosmetik halal, dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat kepercayaan ( $0,509 > 0,05$ ). Selain itu, norma subjektif (X3) juga tidak memiliki pengaruh terhadap niat pembelian

produk kosmetik halal, dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat kepercayaan ( $0,250 > 0,05$ ). Namun, kontrol perilaku ( $X_4$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian produk kosmetik halal, dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan ( $0,000 < 0,05$ ). Secara keseluruhan, pengaruh religiusitas, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat pembelian produk kosmetik halal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian kosmetik halal ( $Y$ ). Hal ini didukung oleh hasil uji F dengan nilai 28,135 dan signifikansi 0,000.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul "Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal" oleh Mukorobin dan Wahono (2020), dilakukan penelitian dengan jenis penjelasan. Partisipan penelitian terdiri dari 85 mahasiswa FEB Universitas Islam Malang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, koefisien uji determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap niat beli makanan berlabel halal. Namun, norma subyektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk membeli makanan berlabel halal. Selain itu, kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi niat beli makanan berlabel halal.

Dalam sebuah penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halal" oleh Ningtyas dan rekan (2021), dilakukan seleksi sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 102 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Untuk menganalisis data, dilakukan uji analisis deskriptif, uji KMO, uji validitas, uji reliabilitas, serta uji hipotesis meliputi uji  $R^2$ , uji  $t$ , dan uji  $F$  menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun, norma subjektif tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat beli.

Selain itu, persepsi kontrol perilaku memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat beli. Penelitian ini memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman mengenai produk bersertifikat halal.

Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Sikap Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli" oleh Purwantini dan Tripalupi (2021), digunakan metode penelitian kausal. Penelitian ini dilakukan di Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA) dengan jumlah sampel sebanyak 390 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh melalui penggunaan kuesioner, dan sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode angket digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan menggunakan perangkat lunak analisis data SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat beli kosmetik konsumen.

Dalam penelitian yang berjudul "Minat Beli Ibu-Ibu Milenial Pada Produk Kosmetik Perspektif Theory Of Planned Behavior" oleh Fitriani dan Novianti (2022), dilakukan penelitian untuk melengkapi penelitian sebelumnya mengenai minat beli. Penelitian ini menambahkan variabel intervening yaitu teknologi yang belum pernah diteliti sebelumnya dalam konteks minat beli. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perbedaan hasil penelitian sebelumnya tentang minat beli. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam mengkaji minat beli secara metodologis, sementara pendekatan ekonomi Islam digunakan dalam aspek keilmuan penelitian. Untuk mencapai kedua pendekatan tersebut, variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol yang merupakan komponen dari Theory of Planned Behavior digunakan sebagai variabel eksogen untuk mengukur minat beli. Variabel teknologi juga digunakan sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol dalam menentukan minat beli ibu-ibu milenial di Kabupaten Bone terkait kosmetik. Penelitian ini menggunakan data kuesioner yang

dikumpulkan sebanyak 204 responden dan data tersebut dijadikan sebagai sampel penelitian. Data statistik yang terkumpul dianalisis menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan perangkat lunak statistik LISREL versi 8.70, dan hasilnya diinterpretasikan dengan menggunakan Theory of Planned Behavior. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Teknologi (Y1) ternyata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y3), sehingga hipotesisnya ditolak. Namun, Variabel Persepsi Kontrol (X3) memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat beli (Y2), sehingga hipotesisnya diterima. (2) Variabel Sikap (X1) dan Norma Subjektif (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Teknologi (Y1), sehingga hipotesisnya ditolak. Namun, Variabel Persepsi Kontrol (X3) ternyata memiliki pengaruh signifikan terhadap Teknologi (Y1), sehingga hipotesisnya diterima. (3) Variabel Teknologi (Y1) tidak dapat memediasi hubungan antara Variabel Sikap (X1) dan Norma Subjektif (X2) dengan Minat Beli (Y3), sehingga hipotesisnya ditolak.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Secara Online di Shopee (Witriyana dkk., 2019)	Sikap, Norma Subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat beli online di shopee sedangkan sikap dan norma subjektif tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli online di shopee	Lebih fokus ke pembelian secara online di shopee Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian sebelumnya, tetapi regresi ordinal digunakan	Kedua penelitian ini memiliki variabel yang sama Jenis penelitian kuantitatif

			dalam penelitian ini.	
2.	<p>Pengaruh Religiusitas, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Membeli produk Kosmetik Halal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta (Ikhsan &amp; Sukardi, 2020b)</p>	<p>Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel religiusitas (X1) tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli kosmetik halal, sikap (X2) tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap minat beli kosmetik halal, norma subjektif (X3) tidak memiliki dampak terhadap minat beli kosmetik halal, sementara kontrol perilaku (X4) memiliki dampak terhadap minat beli kosmetik halal. Secara keseluruhan, pengaruh dari religiusitas, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat membeli produk kosmetik halal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan signifikan</p>	<p>Penelitian terdahulu terdapat variable religiusitas sedangkan penelitian ini hanya terfokus pada sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian sebelumnya, tetapi regresi ordinal digunakan dalam penelitian ini.</p>	<p>Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner Jenis penelitian kuantitatif Objek penelitian kosmetik halal</p>

		terhadap niat membeli kosmetik halal (Y).		
3.	Pengaruh Religisitas, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal (Mukorobin & Wahono, 2020)	Religiositas, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memiliki pengaruh bersama terhadap niat untuk membeli makanan yang berlabel halal.	Objek yang diteliti niat beli makanan berlabel halal, Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian sebelumnya, dan regresi ordinal digunakan dalam penelitian ini.	Jenis penelitian kuantitatif Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner
4.	Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halal (Ningtyas dkk., 2021)	Sikap, norma subjektif dan persepsi control perilaku berpengaruh pada minat beli produk yang bersertifikat halal.	Objek yang diteliti semua jenis produk yang bersertifikat halal Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian sebelumnya, dan regresi ordinal digunakan dalam penelitian ini.	Memiliki variabel independent yang sama Jenis penelitian sama yaitu kuantitatif Tekniuk pemilihan sampel sama-sama menggunakan purposive sampling
5.	Pengaruh Sikap Norma	Terdapat pengaruh secara	Objek yang diteliti semua	Memiliki variabel

	Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli (Purwantini & Tripalupi, 2021)	parsial dan simultan sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap kosmetik konsumen.	jenis produk kosmetik Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian sebelumnya, dan regresi ordinal digunakan dalam penelitian ini.	independent yang sama Jenis data sama yaitu kuantitatif Interumen penelitian yang digunakan yaitu sama menggunakan kuisioner dengan skala liker
6.	Minat Ibu-Ibu Milenial Pada Produk Kosmetik Perspektif Theory Of Planned Behavior ((Fitriani & Novianti, 2022)	Variabel sikap, norma subjektif, dan teknologi tidak memiliki pengaruh terhadap minat pembelian kosmetik, namun variabel persepsi kontrol memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli.	Subjek penelitian yaitu ibu-ibu milenial Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda Menggunakan alat analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) dengan aplikasi statistik LISREL versi 8,70.	Jenis penelitian kuantitatif Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner Teori yang digunakan sama-sama menggunakan <i>theory of planned behavior</i>

*Sumber: Penelitian Terdahulu*

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, posisi penelitian yang saat ini penulis buat terhadap penelitian sebelumnya adalah untuk melengkapi atau menambahkan sesuatu yang belum ada pada penelitian terdahulu. Sama halnya dengan penelitian terdahulu, penelitian yang sedang penulis lakukan bertujuan untuk membuktikan adakah pengaruh yang signifikan antara variabel yang ada, karena hal ini akan berpengaruh pada keberlangsungan usaha atau organisasi yang sedang dijalankan.

## F. Kerangka Berpikir

Sebuah kerangka yang baik akan secara teoritis menjelaskan hubungan antara variabel yang akan diteliti, terutama hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian dengan dua variabel atau lebih, kerangka berpikir perlu disusun untuk menggambarkan komparasi atau hubungan antara variabel-variabel tersebut. Pembentukan hipotesis penelitian yang saling terkait juga memerlukan adanya kerangka berpikir yang jelas. Kerangka berpikir ini berfungsi sebagai pedoman dalam proses penelitian dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat pembelian kosmetik halal. Dalam penelitian yang akan dilakukan, hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Hubungan antara Sikap dengan minat pembelian

Menurut *theory of planned behavior*, sikap atau persepsi seseorang terhadap suatu produk atau merek, serta norma subjektif dan kontrol perilaku, memiliki dampak paling besar pada bagaimana mereka menjadi tertarik untuk membeli barang tersebut. Menurut (Widyarini & Gunawan, 2017), sikap atau cara pandang seseorang terhadap suatu produk atau merek mewakili pesan psikologis yang dimiliki seseorang terhadap produk atau merek tersebut.

Menurut penelitian (García dkk., 2020), sikap tentang niat beli memiliki hubungan yang signifikan dan positif. Dijelaskan bahwa sikap dari seseorang cenderung mempengaruhi perilaku orang tersebut untuk memilih suatu produk (Sahetapy, 2021). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Larasati dkk., 2018) Variabel sikap berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, sehingga semakin baik persepsi konsumen terhadap kosmetik halal maka semakin tertarik untuk membelinya. Pada penelitian sebelumnya oleh Rahman, dkk (2015) ditemukan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh terhadap minat beli produk kosmetik yang halal. Hasil penelitian tersebut diperkuat lagi dengan *theory of reasoned action* (TRA) dan mengindikasikan bahwa hubungan antara sikap konsumen dengan minat

pembelian produk kosmetik halal sama dengan penemuan dari studi sebelumnya mengenai sikap konsumen terhadap produk makanan halal yaitu berpengaruh secara positif (Larasati dkk., 2018).

## **2. Hubungan Norma Subjektif dengan Minat Pembelian**

Menurut Fishbein dan Ajzen, sikap dan norma subjektif merupakan dua faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap minat pada model minat perilaku (theory of reasoned action). Norma subjektif adalah pandangan seseorang terhadap pemikiran atau keyakinan orang lain yang memengaruhi niat orang lain untuk terlibat dalam aktivitas yang sedang dipertimbangkan. (Muzakkir, 2019). Seorang individu akan merasa berada di bawah tekanan sosial untuk berperilaku dengan cara tertentu jika mereka yakin jaringan sosial mereka akan mendukung mereka melakukannya.

Beberapa penelitian menyatakan bahwa tekanan sosial dari keluarga, teman, tetangga, atau pakar dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan sebuah tindakan. Beberapa studi menggaris bawahi pentingnya orang-orang tersebut dalam mendorong individu untuk berpartisipasi dalam perilaku tertentu (Widyarini & Gunawan, 2017). Konsumen sering dipengaruhi oleh masukan teman, faktor sosial memainkan peran penting sehingga norma subjektif mempengaruhi minat beli.

## **3. Hubungan Kontrol Perilaku dengan Minat Beli**

Menurut penelitian (Windarti dkk., 2022), Niat konsumen untuk membeli kosmetik halal secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh variabel kontrol perilaku. Oleh karena itu, niat konsumen untuk membeli kosmetik halal dipengaruhi oleh kontrol perilaku. Karena banyak dari wanita dalam penelitian ini masih mengandalkan sumber terpercaya untuk menentukan apakah suatu produk aman digunakan atau tidak, mereka lebih berhati-hati dalam memilih dan menggunakan kosmetik tersebut.

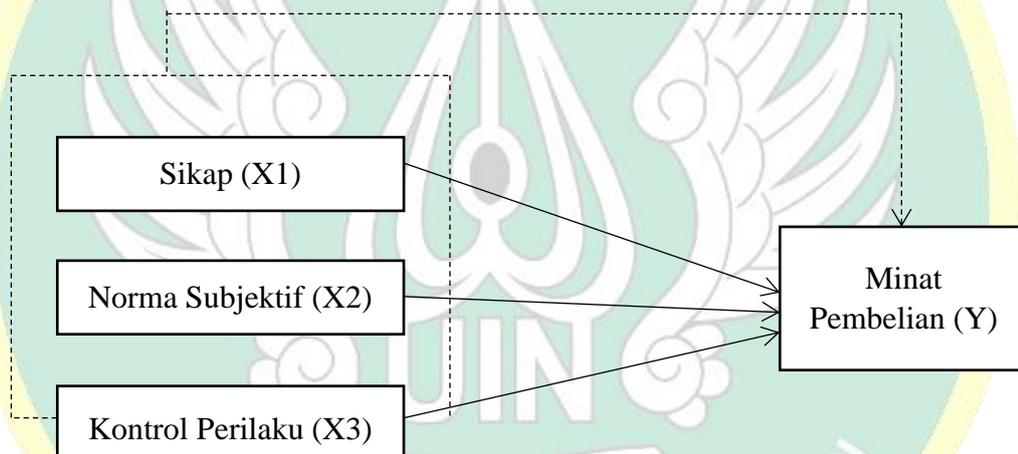
Temuan penelitian serupa juga ditemukan dalam studi (Susanto & Sahetapy, 2021) yang memiliki pengaruh positif terhadap niat beli. Variabel kontrol perilaku pada dasarnya menangkap proses keputusan pembelian yang didorong oleh konsumen. Hal inilah yang menyebabkan variabel ini memiliki

pengaruh yang menguntungkan terhadap minat beli konsumen. Semakin besar minat beli yang dihasilkan dari kendali atas keputusan, semakin besar kemungkinan konsumen berasumsi bahwa keputusan ada di tangan mereka sendiri.

#### 4. Hubungan antara Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku dengan Minat Pembelian

Jika dilihat secara parsial masing-masing variable memiliki hubungan, hal tersebut dapat dilihat dari penjelasan sebelumnya dimana ketiga variabel yang dibahas dalam penelitian ini memiliki hubungan dengan minat pembelian.

**Tabel 2.2**  
**Kerangka Pemikiran Peneliti**



#### G. Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, selanjutnya disusun hipotesis. Rumusan masalah penelitian yang telah diberikan dalam bentuk pertanyaan memiliki jawaban sementara dalam bentuk hipotesis. Disebutkan sementara karena jawaban baru yang ditawarkan didasarkan pada teori yang ada bukan dari informasi faktual yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Peneliti akan menguji hipotesisnya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jika fakta bertentangan dengan hipotesis, maka hipotesis akan ditolak dan jika fakta mendukungnya, itu akan diterima. Dalam penelitian ini,

akan disajikan hipotesis atau dugaan sementara peneliti berdasarkan penelitian yang akan dilakukan:

**1. Hipotesis 1**

$H_0$ = Sikap tidak berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal

$H_a$ = sikap berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal

**2. Hipotesis 2**

$H_0$ = Norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal

$H_a$ = Norma Subjektif berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal

**3. Hipotesis 3**

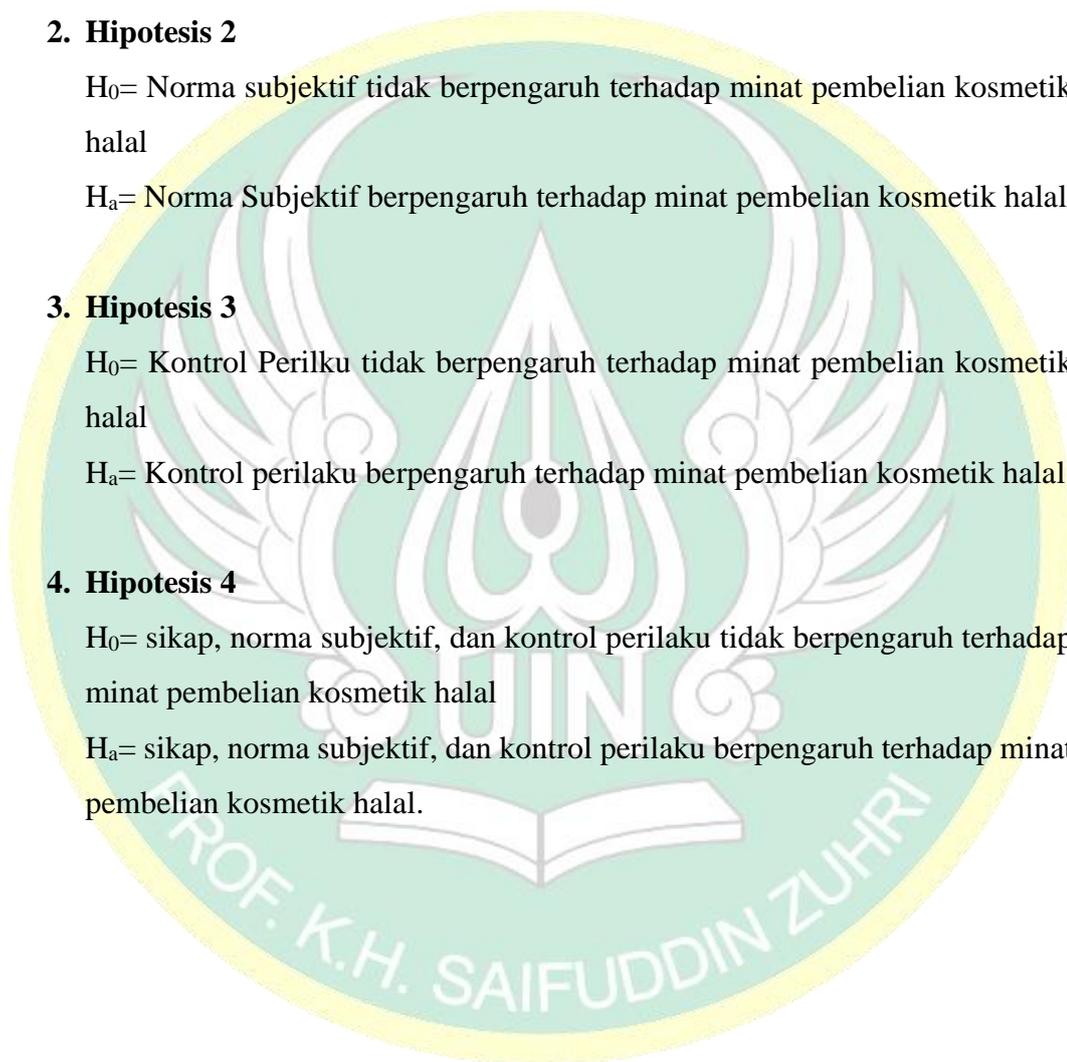
$H_0$ = Kontrol Perilaku tidak berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal

$H_a$ = Kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal

**4. Hipotesis 4**

$H_0$ = sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal

$H_a$ = sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Spesifikasi untuk penelitian kuantitatif adalah sistematis, terorganisir, terstruktur, dan tidak ambigu sejak awal pembuatan desain penelitian. Banyak angka yang digunakan selama studi kuantitatif ini, mulai dari pengumpulan data, analisis data hingga kesimpulan. Sedangkan metode yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif (Sodik, 2015). Menurut Nazir (1998), metode deskriptif adalah pendekatan studi untuk kumpulan individu, objek, seperangkat keadaan, aliran pemikiran, atau kumpulan peristiwa terkini.

Penelitian ini disusun menggunakan variabel dependen (Y) dalam hal ini adalah minat pembelian. Sedangkan untuk variabel independent dalam hal ini adalah sikap (X1), norma subjektif (X2), dan kontrol perilaku (X3).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ialah tempat yang dikunjungi oleh peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai data yang dibutuhkan. Untuk tempat penelitiannya sendiri berada di Universitas Jendral Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Universitas Amikom Purwokerto, Institut Telkom Purwokerto.

##### **2. Waktu Penelitian**

Peneliti perlu menentukan batasan waktu untuk penelitian agar waktu yang digunakan dapat dimanfaatkan sebaik, seefektif dan seefisien mungkin. Peneliti sudah seharusnya selalu ikuti tujuan masalah dan jadwal yang sudah ditentukan sebelumnya (Moleong, 2017). Waktu penelitian dilakukan dari bulan Desember 2022- Juni 2023.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Istilah “populasi” mengacu pada wilayah generik yang terdiri dari benda-benda atau individu-individu dengan atribut dan ciri khas tertentu yang telah dipilih peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Objek populasi penelitian ini yaitu mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto yang berjumlah 238.532 orang..

### 2. Sampel Penelitian

Sampel digunakan untuk menggambarkan populasi secara akurat, populasi mencakup jumlah dan karakteristik yang membentuk populasi (Sugiyono, 2016). Peneliti akan memfokuskan sampel pada seluruh mahasiswa aktif Perguruan Tinggi di Purwokerto sebanyak 238.532. Sehingga untuk penentuan jumlah sampel dengan populasi yang sudah diketahui maka peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 5% = 0,05

Maka jika dilihat dari rumus solvin penentuan besarnya sampel dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{238.523}{1 + 238.523 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{238.523}{1 + 596,3075}$$

$$n = \frac{238.523}{597,3075}$$

$$n = 399,33$$

Dari perhitungan tersebut, sampel yang digunakan dalam penelitian dapat dibulatkan menjadi 400 mahasiswi.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan kombinasi antara probability sampling dan non-probability sampling. Salah satu metode non-probability sampling yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel acak. Sementara itu, metode non-probability sampling yang diterapkan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Metode ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti untuk mewakili populasi yang diteliti. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Mahasiswa aktif Perguruan Tinggi Di Purwokerto
- b. Perempuan
- c. Usia 18 tahun - 24 tahun

Metode lain yang diterapkan dalam penelitian ini adalah probability sampling, yang merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap sampel memiliki kesempatan yang setara untuk menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan teknik probability sampling khususnya proportionate stratified random sampling. Dengan menggunakan metode ini, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel berdasarkan proporsinya (Sugiyono, 2021:130). Penggunaan rumus alokasi proporsional merupakan pendekatan dalam pengambilan sampel untuk menentukan jumlah anggota sampel pada setiap tingkatan sesuai dengan proporsinya yakni sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n_i$  = jumlah anggota sampel menurut stratum

$n$  = jumlah anggota sampel seluruhnya

$N_i$  = jumlah anggota populasi menurut stratum

$N$  = jumlah anggota populasi keseluruhan

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

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian**

<b>Perguruan Tinggi</b>	<b>Populasi</b>	<b>Perhitungan</b>	<b>Sampel</b>
Universitas jendral Soedirman	95.225	$\frac{95.225}{238.523} \times 400 = 159,69$	160
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	59.232	$\frac{59.232}{238.523} \times 400 = 99,33$	99
Universitas Wijaya Kusuma	23.641	$\frac{23.641}{238.523} \times 400 = 39,64$	40
Universitas Muhammadiyah Purwokerto	19.117	$\frac{19.117}{238.523} \times 400 = 32,05$	32
Institut Telkom Purwokerto	16.352	$\frac{16.352}{238.523} \times 400 = 27,42$	27
Universitas Amikom Purwokerto	11.451	$\frac{11.451}{238.523} \times 400 = 19,20$	19
Universitas Harapan bangsa	7.783	$\frac{7.783}{238.523} \times 400 = 13,05$	13
Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto	5.722	$\frac{5.722}{238.523} \times 400 = 9,59$	10
<b>Jumlah</b>	<b>238.523</b>		<b>400</b>

*Sumber: Data Primer, diolah peneliti 2023*

Dari tabel diatas diketahui jumlah sampel keseluruhan yang sudah dibulatkan yaitu 400 dengan jumlah sampel setiap perguruan tingginya sesuai proporsinya.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

##### **1. Variabel**

Ada beberapa variabel yang ada pada penelitian ini, yaitu:

##### a. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat pembelian. Variabel terikat yang sering disebut juga variabel dependen yaitu variabel yang muncul karena faktor dari adanya variabel bebas atau bisa dikatakan variabel yang dipengaruhi. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat pembelian.

##### b. Variabel bebas (X)

Variabel bebas atau dikenal dengan variabel independent, merupakan variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan atau penyebab munculnya variabel dependen. Variabel bebas ini menjadi variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Pada penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel independent adalah sikap (X1), norma subjektif (X2), dan kontrol perilaku (X3). Berikut adalah indikator penelitian:

## 2. Indikator

**Tabel 3.2**  
**Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Sikap (X1)	Pemikiran orang yang luas mengenai keinginan atau tindakan untuk melakukan sesuatu disebut dengan sikap.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perasaan suka</li> <li>b. Kepercayaan</li> <li>c. Label halal adalah hal penting</li> <li>d. Kepercayaan terhadap kehalalan</li> <li>e. Memakai produk halal sudah tentu baik</li> <li>f. Kosmetik halal aman digunakan (Baihaqi &amp; Wijayanto, 2021)</li> </ul>
2.	Norma Subjektif (X2)	Norma subyektif adalah penilaian individu terhadap kondisi yang mendorong atau mencegah orang berpartisipasi dalam suatu kegiatan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengaruh orang-orang penting</li> <li>b. Pengaruh keluarga</li> <li>c. Ajakan teman-teman</li> <li>d. Orang dekat mendorong menjaga kehalalan</li> <li>e. Temat kuliah menyrankan menggunakan kosmetik halal (Baihaqi &amp; Wijayanto, 2021)</li> </ul>
3.	Kontrol Perilaku (X3)	Pandangan pribadi tentang ada atau tidaknya faktor-faktor yang membantu atau menghalangi seseorang untuk melakukan suatu tindakan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kemampuan untuk membeli</li> <li>b. Pengetahuan untuk membeli</li> <li>c. Kemampuan untuk menggunakan</li> <li>d. Pengetahuan untuk menggunakan</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>e. Banyak pilihan dari kosmetik halal</li> <li>f. Banyak tersedia ditoko kosmetik(Baihaqi &amp; Wijayanto, 2021).</li> </ul>
4.	Minat Pembelian (Y)	Minat pembelian merupakan tindakan pertama individu dalam melakukan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tertarik mencari informasi produk</li> <li>b. Pertimbangan membeli</li> <li>c. Tertarik mencoba</li> <li>d. Ingin tahu produk</li> <li>e. Ingin punya produk</li> <li>f. Kosmetik halal tahan lama</li> <li>g. Berniat membeli kosemtik dengan bahan baku halal (Baihaqi &amp; Wijayanto, 2021).</li> </ul>

## E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, penulis akan menggunakan beberapa strategi pengumpulan data, yaitu:

### 1. Kuisisioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden untuk direspon. Kuesioner jenis instrument yang efektif digunakan untuk mengumpulkan data jika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan apa yang dapat diharapkan oleh responden. Penggunaan kuesioner juga sesuai untuk penelitian yang melibatkan populasi besar dan cakupan geografis yang luas (Sugiyono, 2016). Kuisisioner dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan tertutup maupun terbuka.

### 2. Studi Pustaka

Untuk mendukung dan melengkapi informasi yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi penyusunan penelitian, salah satu caranya adalah dengan melakukan kajian literatur.

### 3. Observasi

Menurut Sutidno Hadi (1986), observasi adalah kegiatan kompleks yang terdiri dari sejumlah proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi jika penelitian berkaitan dengan

perilaku individu, operasi bisnis, atau fenomena alam, dan apabila responden yang diteliti tidak begitu banyak. Pada penelitian ini observasi dilaksanakan dengan melihat perilaku mahasiswi menggunakan pernyataan observasi online yang disampaikan melalui Google form (Sugiyono, 2016). Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila penelitian tentang perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

## **F. Pengumpulan Data**

Penulis penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

### **1. Data Primer**

Data primer merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya (Sodik, 2015). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penggunaan kuesioner yang diisi oleh responden. Biasanya, data primer dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, angket, atau eksperimen. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui observasi dan penyebaran angket kuisisioner. Observasi memungkinkan peneliti untuk mengamati dan mencatat informasi secara langsung dari peristiwa yang diamati. Observasi dapat dilakukan di lapangan atau dalam lingkungan laboratorium, tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan. Sementara itu, data dari angket berupa kumpulan pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk diisi. Angket dapat disebarluaskan secara langsung kepada responden atau melalui media online seperti survei daring. Data yang diperoleh dari angket mencakup respons langsung dari responden terhadap pertanyaan yang diajukan.

Perlu diperhatikan bahwa sumber data primer sangat bergantung pada konteks penelitian dan pertanyaan penelitian yang sedang diteliti. Oleh karena itu, dalam merencanakan penelitian dan mengumpulkan data primer, peneliti harus mempertimbangkan metode yang paling cocok untuk mengumpulkan data yang relevan dan dapat dipercaya.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah informasi yang telah peneliti kumpulkan dari ber-

bagai sumber sebelumnya (Sodik, 2015). Data sekunder dari penyelidikan sebelumnya digunakan dalam penelitian ini tanpa perlu mengumpulkan data dari awal. Namun, perlu diperhatikan bahwa penggunaan data sekunder harus memperhatikan aspek keandalan, validitas, dan relevansi data tersebut untuk tujuan penelitian yang sedang dilakukan.

### G. Skala Pengukuran Data

Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengukur data. Skala Likert mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang objek sosial. Jawaban semua instrument yang menggunakan skala likert's memiliki gradasi dari yang paling positif sampai dengan yang paling negatif. Jika item positif maka angka besar diletakkan pada "sangat setuju". Tapi jika item negatif, angka besar diletakkan pada "sangat tidak setuju" selalu ada tanggapan netral pada skala Likert dan selalu ganjil. Terdapat beberapa opsi respons yang sifatnya tertutup untuk setiap item (Suliyanto, 2011). Skala Likert mengubah variabel pengukuran menjadi indikasi instrumen berupa pernyataan dan pertanyaan, seperti berikut:

**Tabel 3.3 pembobotan nilai untuk jawaban responden**

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---------------

Keterangan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju diberi skor 1
2. TS : Tidak Setuju diberi skor 2
3. RR : Ragu-Ragu diberi skor 3
4. ST : Setuju diberi skor 4
5. SS : Sangat Setuju diberi skor 5

### H. Uji Validitas dan Realibilitas

#### 1. Uji validitas

Analisis penelitian dimulai dengan melakukan penggunaan alat instrumen atau pengukuran sebelum dilakukan analisis data. Prosedur berikut

ini harus diikuti selama uji instrumen. Jika terdapat kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang ada di lapangan, maka temuan penelitian dianggap valid. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan atau mengukur data yang akurat dikenal sebagai instrumen yang valid. Instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur setelah data tersebut dianggap valid (Sugiyono, 2016). Validitas instrumen dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item (pernyataan atau pertanyaan) dengan skor total menggunakan metode yang umum digunakan.

Ancok (dalam Singarimbun dan Effendi, ed., 1989) menjelaskan langkah-langkah untuk menguji validitas instrumen penelitian menggunakan teknik analisis butir sebagai berikut:

- a. Mendefinisikan konsep yang akan diukur secara operasional.
- b. Melakukan uji coba instrumen yang telah disusun kepada sejumlah responden.
- c. Menyiapkan tabel tabulasi jawaban
- d. Menghitung korelasi antara setiap pernyataan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi product moment, yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{i=1} x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

- e. Dilakukan uji signifikansi pada setiap item pertanyaan untuk menentukan validitasnya. Metode yang digunakan adalah membandingkan koefisien korelasi antara setiap item pertanyaan dengan skor total menggunakan nilai rtabel ( $n-2; \alpha:0,05$ ). Aturan yang harus diperhatikan adalah bahwa korelasi antara item pertanyaan dengan skor total harus positif, dan peluang kesalahan ( $p$ ) dari korelasi tersebut atau alpha ( $\alpha$ ) maksimal 5%. Jika koefisien korelasi setiap item dengan skor total melebihi nilai rtabel ( $n-2; \alpha: 0,05$ ), maka item tersebut dianggap tidak valid, dan sebaliknya.

Menurut Ancok (dalam Singarimbun dan Effendi, ed., 1989), jika dalam pengujian validitas instrumen ditemukan item pertanyaan atau pernyataan yang tidak valid, kemungkinan besar pernyataan atau pertanyaan tersebut kurang baik atau masih dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan pada susunan kata atau kalimat agar lebih mudah dipahami dan tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda. Setelah dilakukan perbaikan, instrumen dapat diuji kembali untuk memastikan validitasnya (Isna & Wardo, 2013:342).

## **2. Uji Realibilitas**

Untuk membuktikan konsistensi suatu alat ukur setelah dinyatakan valid dalam mengukur gejala yang sejenis, juga penting untuk menguji reliabilitasnya (Abdullah, 2015). Keandalan alat ukur dapat dikatakan tidak reliabel jika hasilnya tidak konsisten ketika dilakukan pengukuran berulang. Jadi sebuah alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila terjadi kesamaan hasil yang diperoleh saat pengukuran dilakukan secara berulang.

Salah satu teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah teknik alpha Cronbach. Hadi (1991) menjelaskan bahwa teknik ini meningkatkan teknik koefisien reliabilitas dengan memberikan lebih dari dua pilihan dalam penilaian jawaban, tidak terbatas pada benar atau salah. Teknik ini dikenal sebagai teknik Alpha Cronbach dan menghasilkan koefisien keandalan yang disebut koefisien Alpha. Untuk menentukan apakah instrumen yang diuji reliabel atau tidak, nilai koefisien alpha dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  pada  $n-2; \alpha: 0,05$ . Jika koefisien Alpha  $> r_{tabel}$  ( $n-2; \alpha: 0,05$ ), maka instrumen tersebut dapat dianggap reliabel, sedangkan jika koefisien alpha  $\leq r_{tabel}$  ( $n-2; \alpha: 0,05$ ), maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel (Isna & Wardo, 2013:362).

## **I. Teknis Analisis Data**

### **1. Uji Korelasi Rank Spearman**

Korelasi tata jenjang Spearman, juga dikenal sebagai korelasi rank Spearman, digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel

(hubungan bivariat) ketika kedua variabel tersebut memiliki skala ordinal sehingga dapat diurutkan (ranking). Teknik statistik ini termasuk dalam kategori statistik nonparametrik. Korelasi Rank Spearman juga dapat digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel yang memiliki skala ordinal, di mana data kedua variabel yang dikorelasikan dapat berasal dari sumber yang berbeda dan data tidak perlu memiliki distribusi normal.

Rumus korelasi Rank Spearman:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N di^2}{N^3 - N}$$

Dimana:

$\rho$  (rho) : koefisien korelasi rank spearman

N : jumlah sampel

$di^2$  : perbedaan antara ranking pada X dan Y yang telah dikuadratkan

Pengujian hipotesis bisa dilakukan dengan membandingkan nilai sig.(2-tailed) dengan  $\alpha$  (0,05):

a. Jika nilai sig.(2-tailed)  $\geq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima.

b. Jika nilai sig.(2-tailed)  $\leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak.

Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan mengamati apakah terdapat tanda \* atau \*\* pada koefisien korelasi. Jika terdapat tanda \*, itu menandakan tingkat signifikansi  $\alpha$  0,05, yang berarti nilai koefisien korelasi Spearman (Rho) lebih besar daripada nilai Rho Spearman pada tabel  $\alpha$  0,05. Jika terdapat tanda \*\*, itu menandakan tingkat signifikansi  $\alpha$  0,01, yang berarti nilai koefisien Rho Spearman lebih besar daripada nilai Rho Spearman pada tabel  $\alpha$  0,01. Dengan demikian, jika terdapat tanda \* atau \*\*, maka nilai sig.(2-tailed) pasti  $< 0,05$ . Oleh karena itu, probabilitasnya jauh di bawah 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak (Isna & Wardo, 2013:268).

## 2. Koefisien Konkordinasi Kendal's W

Koefisien Konkordinasi Kendall W digunakan untuk mengukur korelasi antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen, di mana variabel-variabel yang dikorelasikan berskala ordinal.

Rumus Kendall W:

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}k^2(N^3 - N)}$$

Dimana:

W = Koefisien korelasi konkordansi Kendall w

S = jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean R<sub>j</sub>

$$\text{Jadi } S = \sum (R_j - \frac{\sum R_j}{N})^2$$

k = banyak himpunan ranking penjenjangan, misalnya banyak penilai

R<sub>j</sub> = jumlah ranking yang diberikan

N = banyak objek atau individu yang diberi ranking

$\frac{1}{12}k^2(N^3 - N)$  = jumlah maksimum yang mungkin dicapai deviasi kuadrat yaitu jumlah S yang dapat terjadi dengan adanya kecocokan sempurna diantara k ranking.

Pengujian hipotesis bisa dilakukan dengan membandingkan nilai pada kolom Asymp Sig, dengan  $\alpha$  (0,05):

- Jika nilai Asymp Sig,  $\geq \alpha$  (0,05) maka H<sub>0</sub> diterima.
- Jika nilai Asymp Sig,  $< \alpha$  (0,05) maka H<sub>0</sub> ditolak (Isna & Warto, 2013:290).

Pedoman kekuatan hubungan (*correlation coefficient*):

- 0,00 - 0,25 = sangat lemah
- 0,26 - 0,50 = cukup
- 0,51 - 0,75 = kuat
- 0,76 - 0,99 = sangat kuat
- 1,00 = sempurna

### 3. Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal digunakan ketika data yang dianalisis terdiri dari variabel dengan skala ordinal yang terbatas. Seperti analisis regresi lainnya, tujuan dari analisis regresi ordinal adalah menemukan model terbaik dan paling sederhana untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Untuk mengetahui apakah setiap koefisien regresi memiliki pengaruh yang signifikan, dapat dilihat pada bagian estimasi

parameter, dengan syarat jika nilai dalam kolom  $\text{sig} \leq \alpha$  (0,05), maka dianggap signifikan (Isna & Warito, 2013:302).

$$\begin{aligned}\text{Logit}(p_1) &= \log \frac{p_1}{1-p_1} = \alpha_1 + \beta^1 X \\ \text{Logit}(p_1 + p_2) &= \log \frac{p_1+p_2}{1-p_1-p_2} = \alpha_1 + \beta^1 X \\ \text{Logit}(p_1+p_2+\dots+p_k) &= \text{Log} \frac{p_1+p_2+\dots+p_k}{1-p_1-p_2-\dots-p_k} = \alpha_1 + \beta^1 X\end{aligned}$$



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

Sejarah tata rias dimulai sejak manusia pertama kali memiliki kesadaran akan penampilannya. Manusia mulai menyadari keinginan mereka untuk terlihat lebih menarik, dan sesama manusia membantu mereka meningkatkan penampilan mereka. Kosmetik merupakan seni menciptakan keindahan fisik, termasuk rambut, kulit, kuku, dan sebagainya. Pada abad ke-19, kosmetik tidak hanya berkaitan dengan aspek kecantikan, tetapi juga kesehatan. Perkembangan industri ilmu kosmetik baru dimulai pada abad ke-20 (Wall, Jellinek, 1970). Bahkan dengan kemajuan teknologi, terjadi perpaduan antara kosmetik dan obat yang lebih dikenal sebagai kosmetik medis. Kosmetik sangat penting bagi semua orang, baik pria maupun wanita, dari lahir hingga akhir hayat. Produk kosmetik digunakan secara berulang di seluruh tubuh, mulai dari rambut hingga ujung kaki.

Indonesia yang kaya akan tanaman obat dan rempah-rempah, masyarakatnya pada masa lampau menggunakan kosmetik tradisional yang diolah dengan metode yang tradisional juga. Contohnya, rempah-rempah, ginseng, sirih digunakan sebagai campuran mandi bagi putri-putri kerajaan. Istilah kecantikan pertama kali dikenal pada masa Majapahit. Ken Dedes, salah satu wanita paling cantik pada zamannya, sering menggunakan kosmetik seperti beras kencur, bengkuang, lidah buaya, dan lain-lain yang diolah secara tradisional untuk memperindah penampilan.g di seluruh tubuh, mulai dari rambut hingga ujung kaki.

Hipokrates (460-370 SM) dan rekan-rekannya memiliki peran yang penting dalam sejarah awal perkembangan kosmetik dan kosmetologi modern melalui dasar-dasar dermatologi, pola makan, dan olahraga sebagai sarana yang baik untuk kecantikan dan kesehatan. Beberapa pakar yang aktif dalam pengembangan kosmetik adalah Cornelius Celsus, Dioskorides, dan Galenus. Di era modern, kosmetik semakin dikenal di kalangan masyarakat Indonesia

melalui industri dan produk kecantikan yang beragam. (Rahmawanty & Sari, 2019: 3-8).

Sebenarnya, di Indonesia sendiri, sudah terdapat merek-merek kosmetik halal sejak tahun 1995. Pada masa itu, merek kosmetik Wardah menjadi pelopor sebagai merek yang menghadirkan kosmetik halal. Namun, tren penggunaan kosmetik halal baru-baru ini mulai berkembang pesat sekitar 5 tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 2018. Penggunaan kosmetik halal mulai meluas ke seluruh penjuru negeri.

Meluasnya penggunaan kosmetik halal dimulai dengan perkembangan kesadaran masyarakat Muslim tentang pentingnya menggunakan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal dalam agama Islam. Istilah "halal" merujuk pada segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan dalam Islam. Kosmetik halal adalah produk kecantikan yang diproduksi dengan memenuhi persyaratan halal, termasuk bahan-bahan yang digunakan, proses produksi, dan akhirnya produk jadi. Konsep kosmetik halal mencakup aspek-aspek seperti tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam, seperti babi atau alkohol, serta tidak melibatkan praktik-praktik yang bertentangan dengan prinsip-prinsip agama Islam. Seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat Muslim untuk kosmetik halal, industri kecantikan mulai merespons dengan meluncurkan produk-produk yang sesuai dengan standar halal. Perkembangan ini terjadi terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar, seperti Indonesia, Malaysia, dan Timur Tengah.

Menyikapi penyebaran tren kosmetik halal yang semakin meluas di Indonesia, BPJPH sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas jaminan produk halal memberikan respons dan mendukung upaya pengembangan produk kosmetik halal di Indonesia. Hal ini ditegaskan melalui pengeluan peraturan yang mewajibkan produk kosmetik untuk memiliki sertifikat halal sesuai dengan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Dengan adanya dukungan dari BPJPH dan pengaturan mengenai keharusan sertifikat halal pada produk kosmetik, diharapkan produk kosmetik lokal mampu bersaing

dan memanfaatkan peluang pasar yang luas, baik dalam skala lokal maupun internasional.

Di Indonesia, misalnya, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah mengeluarkan panduan dan sertifikasi halal untuk industri kosmetik. Hal ini membantu produsen kosmetik untuk memastikan bahwa produk mereka memenuhi persyaratan halal yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang. Seiring dengan permintaan yang terus meningkat, banyak perusahaan kosmetik mulai mencoba mendapatkan sertifikasi halal untuk produk mereka. Beberapa perusahaan besar bahkan telah meluncurkan lini produk khusus yang sepenuhnya halal.

Selain itu, perkembangan teknologi juga telah memainkan peran penting dalam perkembangan kosmetik halal. Misalnya, teknologi dalam bidang pengujian bahan-bahan kosmetik telah berkembang, memungkinkan produsen untuk mengidentifikasi dan menguji kehalalan bahan-bahan yang digunakan dalam produk mereka. Secara keseluruhan, sejarah kosmetik halal mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim tentang pentingnya menghormati prinsip-prinsip agama dalam kehidupan sehari-hari. Permintaan yang meningkat ini telah mendorong industri kecantikan untuk mengembangkan produk-produk yang sesuai dengan standar halal, memastikan bahwa konsumen Muslim dapat memilih kosmetik yang sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai mereka (IHATEC, 2022).

Pengguna produk kosmetik sendiri didominasi oleh mahasiswa, selain karena memang harus tampil menarik mereka juga berangkat ke kampus mau tidak mau harus mempercantik dirinya agar lebih percaya diri. Salah satunya yaitu mahasiswa Perguruan Tinggi Di Purwokerto. Di Purwokerto sendiri ada banyak perguruan tinggi beberapa diantaranya yaitu Universitas Jendral Soedirman, UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Institut Telkom Purwokerto, dan Universitas Nahdatul ulama Purwokerto.

## B. Karakteristik Responden

Pada bagian ini, akan diuraikan mengenai profil responden yang menjadi subjek penelitian, yaitu mahasiswa yang terdaftar di Perguruan Tinggi di Purwokerto. Jumlah total sampel yang diambil sebanyak 400 responden. Berikut ini akan dijabarkan secara detail mengenai informasi data tersebut:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dalam tabel yang disajikan berikut, terdapat tabulasi yang menggambarkan distribusi umum responden yang telah dikelompokkan berdasarkan kelompok usia:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Prosentase
1.	18 Tahun	29	7,25%
2.	19 Tahun	95	23,75%
3.	20 Tahun	89	22,25%
4.	21 Tahun	93	23,25%
5.	22 Tahun	58	14,5%
6.	23 Tahun	29	7,25%
7.	24 Tahun	7	1,75%
	Total	400	100%

*Sumber: Pengolahan data primer, 2023*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh informasi bahwa dari total 400 responden, mereka memiliki rentang usia antara 18 tahun hingga 24 tahun. Dalam tabel tersebut terlihat bahwa jumlah responden berusia 18 tahun sebanyak 29 orang, 19 tahun sebanyak 95 orang, 20 tahun sebanyak 89 orang, 21 tahun sebanyak 93 orang, 22 tahun sebanyak 58 orang, 23 tahun sebanyak 29 orang, dan 24 tahun sebanyak 7 orang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, kelompok usia yang paling banyak mengetahui tentang kosmetik halal dan memiliki minat untuk membeli kosmetik halal adalah kelompok usia 19 tahun.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel dibawah ini merangkum gambaran umum karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
1.	Perempuan	400	100%
2.	Laki-Laki	0	
	Total	400	100%

*Sumber: Pengolahan data primer, 2023*

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini semua responden adalah perempuan dengan total jumlah responden sebanyak 400 orang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua responden dalam penelitian ini memiliki jenis kelamin perempuan secara keseluruhan.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Disajikan data hasil penelitian mengenai agama yang dianut oleh masing-masing responden yang diteliti sejumlah 400 orang sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Agama**

No	Agama	Frekuensi	Prosentase
1.	Islam	394	98,5%
2.	Non Islam	6	1,5%
	Total	400	100%

*Sumber: Pengolahan data primer, 2023*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini tidak hanya beragama Islam saja tetapi juga non Islam menjadi responden pada penelitian ini. sebanyak 98,5% responden menganut agama Islam dan sisanya menganut kepercayaan yang lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu beragama Islam.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Responden pada penelitian ini berdasarkan asal Perguruan Tinggi di Purwokerto yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi**

No	Asal Perguruan Tinggi	Frekuensi	Prosentase
1.	Universitas Jendral Soedirmal	160	40%

2.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	99	24,8%
3.	Universitas Wijaya Kusuma	40	10%
4.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	32	8%
5.	Institut Telkom Purwokerto	27	6,8%
6.	Universitas Amikom Purwokerto	19	4,7%
7.	Universitas Harapan Bangsa	13	3,2%
8.	Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto	10	2,5%
	Total	400	100%

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden dari Universitas Jendral Soedirman berjumlah 160 responden atau 40%, UIN Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri Purwokerto berjumlah 99 responden atau 24,8%, Universitas Wijaya Kusuma berjumlah 40 responden atau 10%, Universitas Muhammadiyah Purwokerto berjumlah 32 responden atau 8%, Institut Telkom Purwokerto berjumlah 27 responden atau 6,8%, Universitas Amikom Purwokerto berjumlah 19 responden atau 4,7%, Universitas Harapan Bangsa berjumlah 13 responden atau 3,2%, dan Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto sebanyak 10 responden atau 2,5%. Diantara perguruan tinggi yang ada di Purwokerto responden terbanyak yaitu dari Universitas Jendral Soedirman. Hal ini dikarenakan jumlah populasi di Universitas tersebut merupakan yang paling banyak diantara perguruan tinggi lainnya yang ada di Purwokerto.

#### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik yang Ingin di Beli

Karakteristik responden dalam memilih jenis kosmetik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik yang Ingin di Beli**

No	Jenis Kosmetik	Frekuensi	Prosentase
1.	<i>Make Up</i>	19	4,75%
2.	<i>Skincare</i>	110	27,5%
3.	<i>Make Up dan Skincare</i>	271	67,75%

	Total	400	100%
--	-------	-----	------

*Sumber: Data primer yang diolah,2023*

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa minat responden terhadap jenis kosmetik tertentu adalah sebagai berikut: 19 responden atau 4,75% berminat pada kosmetik jenis make up, 110 responden atau 27,5% berminat pada kosmetik jenis skincare, dan 271 responden atau 67,75% berminat pada kosmetik jenis make up dan skincare. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa perempuan cenderung memilih untuk membeli kosmetik jenis make up dan skincare, seperti yang ditunjukkan oleh jumlah responden sebanyak 270 dalam tabel di atas. Hal ini dapat dijelaskan karena selain merawat kulit wajah, perempuan juga membutuhkan kosmetik jenis make up untuk memperindah penampilan mereka.

#### **6. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan**

Berikut ini disajikan hasil tabulasi tentang gambaran umum responden yang dikelompokkan berdasarkan uang saku perbulan:

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan**

No	Uang Saku Per Bulan	Frekuensi	Prosentase
1.	≤ Rp. 100.000	20	5%
2.	Rp. 150.000-Rp.200.000	42	10,5%
3.	Rp. 250.000-Rp.300.000	71	17,75%
4.	≥ Rp. 300.000	267	66,75%
	Total	400	100%

*Sumber: Pengolahan data primer,2023*

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 400 responden yang memiliki tingkat uang saku per bulan yang berbeda-beda. Dari jumlah tersebut, 20 responden atau 5% memiliki uang saku ≤ Rp. 100.000, 42 responden atau 10,5% memiliki uang saku dalam rentang Rp. 150.000-Rp. 200.000, 71 responden memiliki uang saku dalam rentang Rp. 250.000-Rp. 300.000, dan 267 responden atau 66,75% memiliki uang saku ≥ Rp. 300.000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden

memiliki tingkat uang saku per bulan  $\geq$  Rp. 300.000, dengan jumlah responden sebanyak 267.

## 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pengeluaran Belanja Kosmetik Selama 1 Bulan

Berikut ini disajikan data tabulasi mengenai gambaran umum responden yang dikelompokkan berdasarkan rencana pengeluaran selama 1 bulan:

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Rencana Pengeluaran selama 1 Bulan**

No	Uang Saku Per Bulan	Frekuensi	Prosentase
1.	Rp. 150.000-Rp.200.000	315	78,75%
2.	Rp. 250.000-Rp.300.000	55	13,75%
3.	$\geq$ Rp. 300.000	30	7,5%
	Total	400	100%

*Sumber: Pengolahan data primer, 2023*

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa terdapat 400 responden yang memiliki rencana pengeluaran per bulan yang berbeda-beda. Dari jumlah tersebut, 315 responden memiliki rencana pengeluaran sebesar Rp. 150.000-Rp. 200.000, 55 responden memiliki rencana pengeluaran sebesar Rp. 250.000-Rp. 300.000, dan 30 responden memiliki rencana pengeluaran sebesar  $\geq$  Rp. 300.000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki rencana pengeluaran per bulan sebesar  $\geq$  Rp. 300.000, dengan jumlah responden sebanyak 315 atau 78,75%.

## C. Hasil Uji Validitas dan Uji Realibitas

### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi keabsahan suatu kuesioner dengan mengukur sejauh mana kuesioner tersebut dapat mencerminkan konsep yang ingin diukur. Jika kuesioner mampu mencerminkan konsep dengan baik, maka pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat dianggap valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  untuk derajat kebebasan ( $df = n-2$ ) dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Suatu indikator dikatakan valid jika nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan menggunakan angka kritikal  $r_{tabel}$  ( $\alpha:0,05;n-2$ ). Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item tersebut dianggap tidak valid. Selain metode tersebut, validitas suatu item juga dapat diuji dengan membandingkan nilai signifikansi (2-tailed) dengan  $\alpha$  (0,05); jika nilai signifikansi  $\geq \alpha$  (0,05), maka item tersebut dianggap tidak valid, namun jika nilai signifikansi  $< \alpha$  (0,05), maka item tersebut dianggap valid. Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan memeriksa apakah terdapat tanda \* atau \*\* pada koefisien korelasi. Jika terdapat tanda \*, itu menunjukkan kevalidan pada tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,05), yang berarti nilai koefisien korelasi product momentnya  $> r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,05). Jika terdapat tanda \*\*, itu menunjukkan kevalidan pada tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,01), yang berarti nilai koefisien korelasi product momentnya  $> r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,01). Dengan demikian, jika terdapat tanda \* atau \*\*, nilai signifikansi (2-tailed) pasti  $< 0,05$ . Hal yang perlu diperhatikan dalam perhitungan ini adalah bahwa koefisien korelasi yang dianggap valid adalah koefisien korelasi yang bernilai positif. Oleh karena itu, meskipun terdapat tanda \* atau \*\* pada koefisien korelasi, jika terdapat tanda negatif, maka item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid karena korelasi negatif menunjukkan adanya kontradiksi dengan pernyataan lainnya (Isna & Wardo, 2013:352).

Nilai  $r$  tabel dicari dengan tabel statistik pada signifikansi 0.05 yakni sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 400 - 2 \\ &= 398 = 0,098 \end{aligned}$$

Uji validitas dilakukan menggunakan aplikasi program SPSS 25 for windows dengan menghasilkan sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Sikap**

Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	r tabel ( $\alpha= 5\%$ )	Keterangan
X1.1	0,730	0,098	Valid
X1.2	0,837	0,098	Valid

X1.3	0,859	0,098	Valid
X1.4	0,762	0,098	Valid
X1.5	0,831	0,098	Valid
X1.6	0,820	0,098	Valid

*Sumber: Data olahan SPSS versi 25*

Dari tabel hasil uji validitas sikap di atas, terlihat bahwa item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai kritis (r tabel) untuk sampel  $n=400$  yaitu r hitung pada X1.1 sebesar 0,730; X1.2 sebesar 0,837; X1.3 sebesar 0,859; X1.4 sebesar 0,762; X1.5 sebesar 0,831 dan X1.6 sebesar 0,820 sehingga semua r hitung pada setiap item pertanyaan  $>$  r tabel (0,098). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini valid. Karena ada kesesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang ada di lapangan mengindikasikan validitas data tersebut dan memungkinkan untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Norma Subjektif**

Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	r tabel ( $\alpha= 5\%$ )	Keterangan
X2.1	0,769	0,098	Valid
X2.2	0,818	0,098	Valid
X2.3	0,855	0,098	Valid
X2.4	0,868	0,098	Valid
X2.5	0,897	0,098	Valid

*Sumber: Data olahan SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel hasil uji validitas norma subjektif di atas, terlihat bahwa item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai kritis (r tabel) untuk sampel  $n=400$ ., yaitu r hitung X2.1 sebesar 0,769; X2.2 sebesar 0,818, X2.3 sebesar 0,855, X2.4 sebesar 0,868, X2.5 sebesar 0,897 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung  $>$  r tabel (0,098). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam penelitian ini memiliki validitas yang terbukti. Terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan

oleh peneliti dengan data yang ada di lapangan, yang menegaskan validitas data tersebut.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Kontrol Perilaku**

Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	r tabel ( $\alpha= 5\%$ )	Keterangan
X3.1	0,705	0,098	Valid
X3.2	0,798	0,098	Valid
X3.3	0,775	0,098	Valid
X3.4	0,748	0,098	Valid
X3.5	0,823	0,098	Valid
X3.6	0,743	0,098	Valid

Sumber: Data olahan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel hasil uji validitas kontrol perilaku di atas, terlihat bahwa item-item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai kritis (r tabel) untuk sampel  $n=400$  yaitu r hitung pada X3.1 sebesar 0,705, X3.2 sebesar 0,798; X3.3 sebesar 0,775; X3.4 sebesar 0,748; X3.5 sebesar 0,823; X3.6 sebesar 0,743 hal tersebut menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan memiliki nilai r hitung  $>$  r tabel (0,098). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam penelitian ini memiliki validitas yang terverifikasi. Terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data di lapangan, sehingga data tersebut dianggap valid.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Minat Beli**

Variabel	Nilai Korelasi (r hitung)	r tabel ( $\alpha= 5\%$ )	Keterangan
Y1	0,734	0,098	Valid
Y2	0,783	0,098	Valid
Y3	0,787	0,098	Valid
Y4	0,738	0,098	Valid
Y5	0,788	0,098	Valid
Y6	0,597	0,098	Valid
Y7	0,771	0,098	

Sumber: Data olahan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel hasil uji validitas minat beli di atas, terlihat bahwa item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai kritikal ( $r$  tabel) untuk sampel  $n=400$  yaitu  $r$  tabel pada Y1 sebesar 0,734; Y2 sebesar 0,783; Y3 sebesar 0,787, Y4 sebesar 0,788; Y5 sebesar 0,788; Y6 sebesar 0,597; Y7 sebesar 0,771 hal ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0.098). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas yang terkonfirmasi. Karena terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan data yang sebenarnya di lapangan, sehingga data tersebut dianggap valid.

## 2. Hasil Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur keandalan suatu instrumen dengan menggunakan alpha Cronbach. Untuk menarik kesimpulan mengenai keandalan instrumen, kita dapat merujuk pada nilai koefisien alpha Cronbach (Ghozali, 2021:62). Jika nilai koefisien alpha Cronbach  $>$  0,70, maka instrumen tersebut dianggap memiliki keandalan yang memadai. Namun, jika nilai koefisien alpha Cronbach  $\leq$  0,70, maka instrumen tersebut dianggap tidak memiliki keandalan yang memadai. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Realibilitas**

No.	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Nilai Kritis	Keterangan
1.	X1	0,892	0,70	Reliabel
2.	X2	0,896	0,70	Reliabel
3.	X3	0,857	0,70	Reliabel
4.	Y	0,857	0,70	Reliabel

Sumber: Data olahan SPSS versi 25

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai *alpha Cronbach* untuk variabel penelitian yang mencakup sikap sebesar 0,892; norma subjektif sebesar 0,896; kontrol perilaku sebesar 0,857 dan minat pembelian memiliki nilai *alpha Cronbach* sebesar 0,857 hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *alpha Cronbach*  $>$  0,70. Oleh karena itu, dapat

disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuisisioner penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi dan dapat dipercaya. Hal ini didukung oleh kesamaan hasil yang diperoleh saat pengukuran dilakukan secara berulang.

## D. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman

#### a. Pengujian hipotesis pertama

$H_0$ = sikap tidak berkorelasi dengan minat pembelian

$H_a$ = Ada korelasi antara sikap dengan minat pembelian

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Rank Spearman Sikap Terhadap Minat Pembelian**

			SIKAP	MINAT BELI
Spearman's rho	SIKAP	Correlation Coefficient	1.000	.647**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	MINAT BELI	Correlation Coefficient	.647**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data olahan SPSS versi 25

Hasil uji korelasi Rank Spearman pada kolom menunjukkan terdapat 3 nilai, yaitu 0,647\*\*; 0,000; dan 400. Nilai 400 menunjukkan jumlah sampel penelitian, yaitu 400 responden. Nilai 0,647\*\* menunjukkan koefisien korelasi Rank Spearman antara sikap (X) dan minat pembelian (Y). Koefisien korelasi sebesar 0,647 menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara sikap (X) dan minat pembelian (Y). Tanda (\*\*) menandakan bahwa korelasi tersebut memiliki nilai signifikansi pada tingkat signifikansi 0,01. Angka koefisien korelasi pada tabel di atas bersifat positif, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat searah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin positif

sikap, semakin mendukung minat pembelian responden terhadap produk kosmetik halal, dan sebaliknya. Tabel tersebut juga menunjukkan nilai *sig* sebesar 0,000, yang berarti nilai *sig.* (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  atau 0,01, sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dan minat beli.

#### b. Pengujian hipotesis kedua

$H_0$ = norma subjektif tidak berkorelasi dengan minat pembelian

$H_a$ = Ada korelasi antara norma subjektif dengan minat pembelian

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Rank Spearman Norma Subjektif Terhadap Minat Pembelian**

			Correlations	
			NORMA SUBJEKTIF	MINAT BELI
Spearman's rho	NORMA SUBJEKTIF	Correlation	1.000	.688**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	MINAT BELI	Correlation	.688**	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data olahan SPSS versi 25

Dalam hasil uji korelasi *Rank Spearman* pada kolom tersebut, terdapat 3 nilai yaitu 0,688\*\*; 0,000; dan 400. Nilai 400 menunjukkan jumlah sampel penelitian sebanyak 400 responden. Nilai 0,688\*\* menunjukkan koefisien korelasi *Rank Spearman* antara norma subjektif (X2) dan minat pembelian (Y). Koefisien korelasi sebesar 0,688 menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara norma subjektif (X2) dan minat pembelian (Y). Tanda (\*\*) mengindikasikan bahwa korelasi tersebut memiliki nilai signifikansi pada tingkat signifikansi 0,01. Angka koefisien korelasi pada tabel di atas memiliki nilai positif, yang menunjukkan bahwa

hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat searah. Artinya, semakin tinggi norma subjektif, maka semakin meningkatkan minat pembelian, dan sebaliknya. Pada tabel tersebut, nilai sig sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  atau  $0,01$ , sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara norma subjektif dengan minat beli.

### c. Pengujian hipotesis ketiga

$H_0$ = Kontrol perilaku tidak berkorelasi dengan minat pembelian

$H_a$ = Ada korelasi antara kontrol perilaku dengan minat pembelian

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Rank Spearman Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian**

**Correlations**

		KONTROL PERILAKU	MINAT BELI
Spearman's rho	KONTROL PERILAKU	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.654**
		N	mk400
MINAT BELI		Correlation Coefficient	.654**
		Sig. (2-tailed)	1.000
		N	.000
		N	400

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data olahan SPSS versi 25

Dalam hasil uji korelasi *Rank Spearman* pada kolom tersebut, terdapat 3 nilai yaitu  $0,654^{**}$ ;  $0,000$ ; dan  $400$ . Nilai  $400$  menunjukkan jumlah sampel penelitian sebanyak  $400$  responden. Nilai  $0,654^{**}$  menunjukkan koefisien korelasi *Rank Spearman* antara kontrol perilaku (X3) dan minat pembelian (Y). Koefisien korelasi sebesar  $0,654$  menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara kontrol perilaku (X3) dan minat pembelian (Y). Tanda (\*\*\*) menandakan bahwa korelasi tersebut memiliki nilai signifikansi pada tingkat signifikansi  $0,01$ . Angka koefisien korelasi pada tabel di atas memiliki nilai positif, yang menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat searah. Dalam konteks

ini, semakin baik kontrol perilaku, semakin mendukung minat pembelian, dan sebaliknya

Pada tabel tersebut, nilai sig sebesar 0,000, yang berarti nilai Sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  atau  $0,01$ , sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kontrol perilaku dan minat beli.

## 2. Hasil Uji Kendal W

Koefisien Konkordansi Kendall W digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku sebagai variabel independen dengan minat pembelian sebagai variabel dependen, dengan semua variabel tersebut diukur dalam skala ordinal. Untuk menguji hipotesis, kita dapat membandingkan kolom Asymp sig dengan  $\alpha$  (0,05):

- Jika nilai Asymp sig  $\geq \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- Jika nilai Asymp sig  $\leq \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Berikut ini adalah hasil uji koefisien Konkordansi Kendall W yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 25:

$H_0$ = sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku tidak ada hubungan yang signifikan dengan minat pembelian kosmetik halal

$H_a$ = sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki hubungan yang signifikan dengan minat pembelian kosmetik halal.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Konkordansi Kendall's W**

Ranks	
	Mean Rank
SIKAP	2.84
NORMA SUBJEKTIF	1.09
KONTROL PERILAKU	2.34
MINAT BELI	3.73

*Sumber: Data olahan SPSS versi 25*

Dari hasil uji Koefisien Konkordinasi Kendall W antara sikap (X1), norma subjektif (X2), dan kontrol perilaku (X3) dengan minat beli (Y) pada tabel di atas, terdapat dua bagian yang dapat diamati. Bagian yang pertama

yaitu pada bagian *rank*, diketahui bahwa *mean rank* dari sikap yaitu 2,84; *mean rank* dari norma subjektif yaitu 1,09; *mean rank* dari kontrol perilaku yaitu 2,34; dan *mean rank* dari minat beli adalah 3,73.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Konkordansi Kendall's W**

Test Statistics	
N	400
Kendall's W <sup>a</sup>	.760
Chi-Square	911.916
Df	3
Asymp. Sig.	.000

*Sumber: Data olahan SPSS versi 25*

Pada bagian *test statistics* diketahui bahwa jumlah responden yang dianalisis adalah sebanyak 400 responden. Nilai koefisien *Konkordinasi Kendall W* adalah 0,760. Koefisien korelasi sebesar 0,760 menunjukkan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dengan minat beli memiliki hubungan yang kuat dan positif. Hal ini menandakan bahwa semakin baik sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, semakin tinggi minat dalam membeli kosmetik halal.

Dalam tabel *test statistics* dapat diketahui bahwa *Chi-Square* bernilai 911,916 dan *df* atau *degree of freedom* sebesar 3. Untuk uji signifikan, hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai pada kolom *Asymp. Sig.* dengan  $\alpha$  (0,05) dimana jika probabilitasnya  $\geq \alpha$  (0,05)  $H_0$  diterima dan pada *Asymp.Sig*  $\leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak. Dari hasil menunjukkan bahwa *Asymp.Sig* sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut  $\leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti, terdapat hubungan yang signifikan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dengan minat beli kosmetik halal.

### 3. Hasil Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal adalah suatu metode analisis regresi yang digunakan ketika data yang akan dianalisis mengandung variabel dengan skala ordinal minimal. Tujuan dari analisis regresi ordinal ini sama dengan

tujuan analisis regresi pada umumnya, yaitu untuk mendapatkan model yang paling sederhana dan optimal yang dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam analisis regresi ordinal, variabel independen dapat berupa variabel kategorikal atau variabel kontinu. Pada penelitian ini, analisis regresi ordinal digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), dan kontrol perilaku (X3) terhadap minat beli (Y).

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan SPSS 25 pengujian regresi ordinal :

**a. Regresi Ordinal Parsial**

**1) Hasil uji variabel sikap dengan minat beli**

**Tabel 4.18**  
**Hasil SPSS Case Processing Summary Parsial 1**

		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
SIKAP	RENDAH	53	13.3%
	SEDANG	210	52.5%
	TINGGI	137	34.3%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

*Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25*

Dari hasil output *case procesing summary* menunjukkan bahwa jumlah data yang diteliti adalah 400 dan tidak ada data yang masuk ke missing sehingga data valid. Dari data 400 responden, menunjukkan bahwa terdapat minat beli kategori rendah sejumlah 49 responden atau 12,3% , kategori sedang sejumlah 283 responden atau 70,8%, kategori

tinggi sejumlah 68 responden atau 17%. Untuk variabel sikap dengan kategori rendah sejumlah 53 responden atau 13,3%, kategori sedang sejumlah 210 responden atau 52,5%, kategori tinggi sejumlah 137 responden atau 34,3%.

**Tabel 4.19**  
**Hasil SPSS Model Fitting Information Parsial 1**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log		df	Sig.
	Likelihood	Chi-Square		
Intercept Only	162.743			
Final	23.827	138.916	2	.000

Link function: Logit.

Sumber: *Olahan SPSS versi 25*

Dari data output model *fitting information* dapat diketahui bahwa nilai kolom *sig* dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 berarti model signifikan karena nilai dalam kolom  $sig \leq \alpha$  (0,05). Diketahui juga bahwa nilai *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 162,743 dan model final turun menjadi 23,827 dengan selisih yang dapat dilihat di *chi-square* sebesar 136,916.

**Tabel 4.20**  
**Hasil SPSS Goodness-of-Fit Parsial 1**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	2.123	2	.346
Deviance	2.115	2	.347

Link function: Logit.

Sumber: *Hasil olahan SPSS versi 25*

Pengujian hipotesis  $H_0$  model logit dapat digunakan dan  $H_a$ : model logit tidak dapat digunakan. Nilai *Chi-Square* metode *Deviance* adalah 2,115 dengan derajat bebas sebesar 2. Kriteria pengujiannya adalah jika  $sig \leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak. Nilai *uji deviance* pada output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansinya  $\geq \alpha$  (0,05), maka

dapat  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa model logit yang dihasilkan layak digunakan.

**Tabel 4.21**  
**Hasil SPSS Pseudo R-Square parsial 1**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.293
Nagelkerke	.367
McFadden	.216

Link function: Logit.

*Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25*

Berdasarkan output *Pseudo R-Square* dapat diketahui keragaman tingkat minat pembelian yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel sikap. Supaya hal tersebut dapat diketahui, ini terlihat dari nilai *McFadden* sebesar 21,6% yang berarti pengaruh sikap terhadap minat pembelian sebesar 21,6% dan 78,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Tabel 4.22**  
**Hasil SPSS Parameter Estimates Parsial 1**

Parameter Estimates								
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-4.507	.354	162.409	1	.000	-5.200	-3.814
	[Y.1 = 2.00]	.427	.174	6.064	1	.014	.087	.768
Location	[X.1=1.00]	-4.632	.445	108.290	1	.000	-5.505	-3.760
	[X.1=2.00]	-2.204	.309	50.726	1	.000	-2.810	-1.597
	[X.1=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

*Sumber: Data olahan SPSS versi 25*

Pada bagian estimate parameter, kita dapat melihat bahwa pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, adalah kondisi yang berhubungan dengan nilai pada kolom  $sig. \leq \alpha$  (0,05) berarti signifikan. Muncul pada kolom sig pada *location*

seluruhnya  $\leq \alpha (0,05)$ . Artinya variabel sikap (X1) berpengaruh terhadap variabel minat pembelian (Y).

Parameter diinterpretasikan dengan membandingkan kategori rendah dan sedang dengan baseline, kategori tinggi. Dari hasil estimasi parameter di atas, dapat dilihat bahwa sikap dalam kategori rendah dibandingkan dengan sikap dalam kategori tinggi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000, \leq \alpha (0,05)$ ) dengan nilai estimasi sebesar -4,632. Sementara itu, sikap dalam kategori sedang dibandingkan dengan sikap dalam kategori tinggi juga berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000, \leq \alpha (0,05)$ ) dengan nilai estimasi sebesar -2,204. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan perbandingan kategori sikap terhadap kategori tinggi sebagai baseline dengan nilai estimasi -4,632 dan -2,204, semakin rendah sikap seseorang maka semakin menurunkan minat dalam membeli kosmetik halal.

## 2) Hasil Uji Variabel Norma Subjektif dengan Minat Pembelian

**Tabel 4.23**  
**Hasil SPSS Case Processing Summary Parsial 2**

Case Processing Summary		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
NORMA SUBJEKTIF	RENDAH	65	16.3%
	SEDANG	250	62.5%
	TINGGI	85	21.3%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

Sumber: Olahan SPSS versi 25

Dari hasil output *case processing summary* menunjukkan bahwa jumlah data yang diteliti adalah 400 dan tidak ada data yang masuk ke missing sehingga data dapat diolah. Sesuai data 400 responden,

menunjukkan bahwa data minat beli kategori rendah sejumlah 49 responden atau 12,3% , kategori sedang sejumlah 283 responden atau 70,8%, kategori tinggi sejumlah 68 responden atau 17%. Untuk variabel norma subjektif dengan kategori rendah sejumlah 65 responden atau 16,3%, kategori sedang sejumlah 250 responden atau 62,5%, kategori tinggi sejumlah 85 responden atau 21,3%.

**Tabel 4.24**  
**Hasil SPSS Model Fitting Information Parsial 2**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log			
	Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	207.658			
Final	28.439	179.219	2	.000

Link function: Logit.

*Sumber: Data olahan SPSS versi 25*

Berdasarkan output *model fitting information* diketahui bahwa nilai kolom sig dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 artinya model signifikan karena nilai pada kolom sig  $\leq \alpha$  (0,05). Diketahui juga bahwa koefisien *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 207,658 dengan selisih yang yang dilihat di *chi-square* sebesar 179,219.

**Tabel 4.25**  
**Hasil SPSS Goodness-of-Fit parsial 2**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	10.481	2	.005
Deviance	5.390	2	.068

Link function: Logit.

*Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25*

Pengujian hipotesis  $H_0$  model logit dapat digunakan dan  $H_a$ : model logit tidak dapat digunakan. Nilai *Chi-Square* metode *Deviance* adalah 5,390 dengan derajat bebas sebesar 2. Kriteria pengujiannya adalah jika sig  $\leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak. Nilai *uji deviance* pada output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansinya yaitu 0,068

sehingga  $sig \geq \alpha (0,05)$ , maka dapat  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa model logit yang dihasilkan layak digunakan.

**Tabel 4.26**  
**Hasil SPSS Pseudo R-Square Parsial 2**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.361
Nagelkerke	.452
McFadden	.279

Link function: Logit.

Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25

Berdasarkan output *Pseudo R-Square* dapat diketahui keragaman tingkat minat pembelian yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel norma subjektif. Supaya hal tersebut dapat diketahui, ini terlihat dari nilai *McFadden* sebesar 27,9% yang berarti pengaruh norma subjektif terhadap minat pembelian sebesar 27,9% dan 72,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Tabel 4.27**  
**Hasil SPSS Parameter Estimate Parsial 2**

		Parameter Estimates					95% Confidence Interval	
		Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-5.582	.390	204.782	1	.000	-6.346	-4.817
	[Y.1 = 2.00]	-.422	.222	3.625	1	.057	-.856	.012
Location	[X.2=1.00]	-5.470	.459	142.020	1	.000	-6.370	-4.570
	[X.2=2.00]	-3.032	.330	84.469	1	.000	-3.679	-2.385
	[X.2=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25

Pada bagian *estimate parameter*, kita dapat melihat bahwa pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, adalah kondisi yang berhubungan dengan nilai pada kolom  $sig \leq \alpha (0,05)$  berarti signifikan. Muncul pada kolom *sig* pada *location*

seluruhnya  $\leq \alpha$  (0,05). Artinya variabel Norma Subjektif (X2) berpengaruh terhadap variabel minat pembelian (Y).

Parameter diinterpretasikan dengan membandingkan kategori rendah dan sedang dengan *baselinenya* yaitu kategori tinggi. Dari perhitungan estimasi parameter diatas, kita dapat melihat bahwa norma subjektif yang rendah dan norma subjektif yang tinggi mempengaruhi minat pembelian ( $\text{sig.} = 0,000 \leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -5,470. Sedangkan norma subjektif yang sedang dibandingkan dengan norma subjektif yang tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $\text{sig.} = 0,000 \leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -3,032. Dapat disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori sikap terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -5,470 dan -3,032, yaitu semakin rendah norma subjektif seseorang maka semakin menurunkan minat beli kosmetik halal.

### 3) Hasil Uji Variabel Kontrol Perilaku dengan Minat Pembelian

**Tabel 4.28**  
**Hasil SPSS Case Processing Summary Parsial 3**

		Case Processing Summary	
		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
KONTROL PERILAKU	RENDAH	45	11.3%
	SEDANG	264	66.0%
	TINGGI	91	22.8%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 25

Dari hasil output *case processing summary* menunjukkan bahwa jumlah data yang diteliti adalah 400 dan tidak ada data yang masuk ke *missing* sehingga data dapat diolah. Sesuai data 400 responden, menunjukkan bahwa data minat beli kategori rendah sejumlah 49 responden atau 12,3% , kategori sedang sejumlah 283 responden atau 70,8%, kategori tinggi sejumlah 68 responden atau 17%. Untuk variabel

kontrol perilaku dengan kategori rendah sejumlah 45 responden atau 12,3%, kategori sedang sejumlah 264 responden atau 66%, kategori tinggi sejumlah 91 responden atau 22,8%.

**Tabel 4.29**  
**Hasil SPSS Model Fitting Information Parsial 3**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	183.612			
Final	24.170	159.442	2	.000

Link function: Logit.

Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25

Berdasarkan output *model fitting information* diketahui bahwa nilai kolom sig dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 artinya model signifikan karena nilai pada kolom  $\text{sig} \leq \alpha$  (0,05). Diketahui juga bahwa koefisien *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 183,612 dengan selisih yang dilihat di chi-square sebesar 159,442.

**Tabel 4.30**  
**Hasil SPSS Goodness-of-Fit Parsial 3**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	2.243	2	.326
Deviance	1.569	2	.456

Link function: Logit.

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 25

Pengujian hipotesis  $H_0$  model logit dapat digunakan dan  $H_a$ : model logit tidak dapat digunakan. Nilai *Chi-Square* metode *Deviance* adalah 1,569 dengan derajat bebas sebesar 2. Kriteria pengujianya adalah jika  $\text{sig} \leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak. Nilai *uji deviance* pada output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansinya yaitu 0,456 sehingga  $\text{sig} \geq \alpha$  (0,05), maka dapat  $H_0$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa model logit yang dihasilkan layak digunakan.

**Tabel 4.31**  
**Hasil SPSS Pseudo R-Square Parsial 3**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.329
Nagelkerke	.411
McFadden	.248

Link function: Logit.

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan output *Pseudo R-Square* dapat diketahui keragaman tingkat minat pembelian yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel kontrol perilaku. Supaya hal tersebut dapat diketahui, ini terlihat dari nilai *McFadden* sebesar 24,8% yang berarti pengaruh kontrol perilaku terhadap minat pembelian sebesar 24,8% dan 75,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Tabel 4.32**  
**Hasil SPSS Parameter Estimate Parsial 3**

		Parameter Estimates					95% Confidence Interval	
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-5.221	.368	201.625	1	.000	-5.941	-4.500
	[Y.1 = 2.00]	-.278	.211	1.728	1	.189	-.692	.136
Location	[X.3=1.00]	-5.234	.470	123.993	1	.000	-6.156	-4.313
	[X.3=2.00]	-3.010	.327	84.837	1	.000	-3.650	-2.369
	[X.3=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25

Pada bagian *estimate parameter*, kita dapat melihat bahwa pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak, adalah kondisi yang berhubungan dengan nilai pada kolom *sig.*  $\leq \alpha$  (0,05) berarti signifikan. Muncul pada kolom *sig* pada *location*

seluruhnya  $\leq \alpha$  (0,05). Artinya variabel kontrol perilaku (X3) berpengaruh terhadap variabel minat pembelian (Y).

Parameter diinterpretasikan dengan membandingkan kategori rendah dan sedang dengan baselinenya yaitu kategori tinggi. Dari perhitungan estimasi parameter diatas, kita dapat melihat bahwa kontrol perilaku yang rendah dan kontrol perilaku yang tinggi mempengaruhi minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -5,232. Sedangkan kontrol perilaku yang sedang dibandingkan dengan kontrol perilaku yang tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -3,010. Dapat disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori sikap terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -5,232 dan -3,010, yaitu semakin rendah kontrol perilaku seseorang maka semakin menurunkan minat beli kosmetik halal.

#### b. Regresi Ordinal Simultan

**Tabel 4.33**  
**Hasil SPSS Case Processing Summary Simultan**

		Case Processing Summary	
		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
SIKAP	RENDAH	53	13.3%
	SEDANG	210	52.5%
	TINGGI	137	34.3%
NORMA SUBJEKTIF	RENDAH	65	16.3%
	SEDANG	250	62.5%
	TINGGI	85	21.3%
KONTROL PERILAKU	RENDAH	45	11.3%
	SEDANG	264	66.0%
	TINGGI	91	22.8%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil *output case processing summary* diketahui bahwa jumlah data yang dianalisis adalah 400 dan dapat diolah karena tidak ada data yang masuk ke *missing*. Berdasarkan data 400 responden, dapat dilihat minat pembelian dengan kategori rendah 49 responden atau 12,3%, kategori sedang 283 responden atau 70,8%, kategori tinggi 68 responden

atau 17%. Untuk sikap dengan kategori rendah ada 53 responden atau 13,3%, kategori sedang 210 responden atau 52,5%, kategori tinggi 137 responden atau 34,3%. Untuk norma subjektif kategori rendah ada 65 responden atau 16,3%, kategori sedang 250 responden atau 62,5%, kategori tinggi 85 responden atau 21,3%. Untuk variabel kontrol perilaku kategori rendah ada 45 responden atau 11,3%, kategori sedang 264 atau 66%, dan kategori tinggi ada 91 responden atau 22,8%.

**Tabel 4.3**  
**Hasil SPSS Model Fitting Information Simultan**

Model Fitting Information				
Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	346.475			
Final	89.406	257.068	6	.000

Link function: Logit.

*Sumber: hasil olahan SPSS versi 25*

Berdasarkan *output model fitting information* diketahui bahwa nilai kolom sig dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 artinya model signifikan karena nilai sig pada kolom  $\leq \alpha$  (0,05). Diketahui juga bahwa nilai *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 346,475 dan model *final* turun menjadi 89,406 dengan selisih yang dapat dilihat dari *Chi-square* sebesar 257,068.

**Tabel 4.35**  
**Hasil SPSS Goodness-of-Fit Simultan**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	167.756	36	.000
Deviance	37.392	36	.405

Link function: Logit.

*Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25*

Pengujian hipotesis  $H_0$ : model logit layak untuk dipakai dan  $H_a$ : model logit tidak layak untuk digunakan. Diketahui *Chi-Square* metode *Deviance* sebesar 37,392 dengan derajat ebbas sebesar 36. Dalam pengujiannya terdapat kriteria yaitu  $H_0$  ditolak apabila nilai

signifikansinya kurang dari 0,05. Nilai *uji Deviance* dalam output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,405. Sehingga keputusan yang diambil yaitu  $H_0$  diterima dikarenakan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan model logit layak untuk digunakan.

**Tabel 4.36**  
**Hasil SPSS Pseudo R-Square Simultan**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.474
Nagelkerke	.593
McFadden	.400

Link function: Logit.

Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25

Berdasarkan output *Pseudo R-Square* dapat diketahui bahwa variasi tingkat minat pembelian dapat dijelaskan oleh variasi sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku sebesar 40%, artinya pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku sebesar 40% dan 60% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Tabel 4.37**  
**Hasil SPSS Paramental Estimates Simultan**

		Parameter Estimates					95% Confidence Interval	
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-7.331	.540	184.273	1	.000	-8.390	-6.273
	[Y.1 = 2.00]	-1.212	.282	18.516	1	.000	-1.763	-.660
Location	[X.1=1.00]	-2.589	.513	25.465	1	.000	-3.595	-1.584
	[X.1=2.00]	-.942	.360	6.831	1	.009	-1.649	-.236
	[X.1=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X.2=1.00]	-3.490	.534	42.655	1	.000	-4.537	-2.443
	[X.2=2.00]	-1.985	.376	27.866	1	.000	-2.722	-1.248
	[X.2=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X.3=1.00]	-3.007	.565	28.291	1	.000	-4.115	-1.899
	[X.3=2.00]	-1.585	.388	16.696	1	.000	-2.346	-.825
	[X.3=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Sumber: Hasil olahan SPSS versi 25

Pada bagian *parameter estimate* dapat dilihat apakah pengaruh masing-masing koefisien regresi signifikan dengan ketentuan jika nilai tersebut berada pada kolom  $\text{sig.} \leq \alpha$  (0,05) yang berarti signifikan.

Terlihat dalam kolom *sig.* pada *location* seluruhnya  $\leq \alpha$  (0,05). Artinya variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), kontrol perilaku (X3) berpengaruh terhadap variabel minat pembelian (Y).

Interpretasi pada bagian parameter dilakukan dengan membandingkan kategori rendah dan sedang dengan *baseline* nya, yaitu kategori tinggi. Dari hasil perhitungan parameter estimates diatas, diketahui bahwa sikap dengan kategori rendah dibandingkan dengan sikap dengan kategori tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha 0,05$ ) dengan nilai estimates sebesar -2,589. Sedangkan sikap dengan kategori sedang dibandingkan dengan sikap kategori tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,009 \leq \alpha 0,05$ ) dengan nilai estimates sebesar -0,942.

Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates untuk norma subjektif, diketahui bahwa kualitas produk yang rendah dibandingkan kualitas produk kategori tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha 0,05$ ) dengan nilai estimates sebesar -3,490. Sedangkan norma subjektif dengan kategori sedang dibanding dengan norma subjektif kategori tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha 0,05$ ) dengan estimate sebesar -1,985.

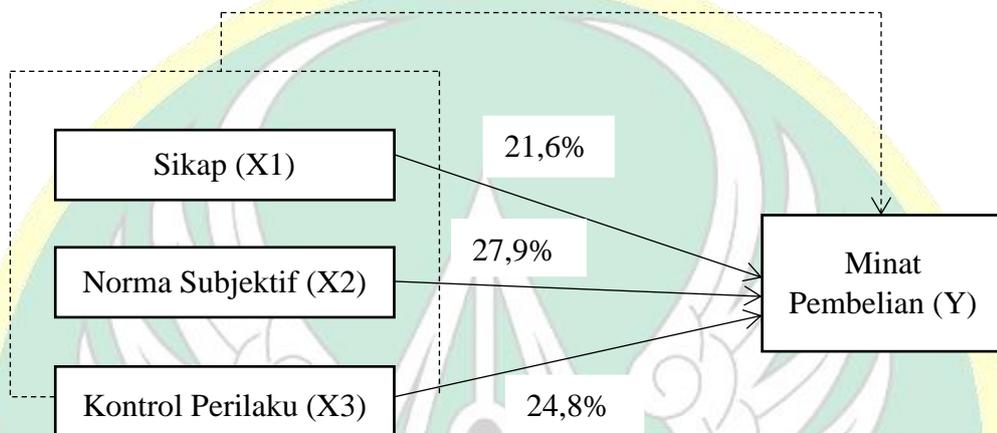
Berdasarkan hasil perhitungan parameter estimates untuk kontrol perilaku diketahui bahwa kontrol perilaku yang rendah dibandingkan kontrol perilaku yang tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha 0,05$ ) dengan nilai estimate sebesar -3,007. Sedangkan kontrol perilaku dengan kategori sedang dibandingkan dengan kontrol perilaku kategori tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha 0,05$ ) dengan nilai estimate sebesar -1,585.

Maka dari hasil perhitungan *parameter estimates* dapat disimpulkan bahwa variable Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Kontrol Perilaku (X3) secara bersama-sama berpengaruh simultan terhadap minat pembelian (Y). Jadi semakin buruk sikap, norma

subjektif dan kontrol perilaku maka akan semakin menurunkan minat pembelian produk kosmetik halal.

## E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat pembelian kosmetik halal. Berikut ini hasil penelitian untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan:



### 1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Halal

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien korelasi *rank Spearman* antara variabel sikap (X1) dan keputusan pembelian (Y) adalah 0,647. Nilai koefisien korelasi *rank Spearman* sebesar 0,647 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara sikap (X1) dan minat pembelian (Y). Tanda \*\* menunjukkan bahwa korelasi tersebut memiliki nilai signifikansi pada tingkat signifikansi 0,01. Angka koefisien korelasi dalam tabel hasil uji korelasi *rank Spearman* untuk hipotesis pertama adalah positif, yang mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat satu arah, yaitu semakin baik sikap, semakin tinggi minat pembelian, dan sebaliknya. Dalam uji statistik, ditemukan nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,000. Karena nilai sig (2-tailed)  $0,000 \leq \alpha$  (0,05) atau 0,01, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel sikap (X1) dan minat pembelian (Y) pada produk kosmetik halal.

Selanjutnya regresi ordinal yaitu pada perhitungan pseudo R-Square variabel sikap memiliki pengaruh 21,6% terhadap minat pembelian. Dan pada perhitungan tabel parameter estimates antara sikap kategori rendah dibandingkan dengan sikap kategori tinggi memiliki pengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha 0,05$ ) dengan nilai estimates sebesar -4,632. Sedangkan variabel sikap dengan kategori sedang dibandingkan dengan sikap kategori tinggi memiliki pengaruh terhadap minat pembelian ( $sig. = 0,000 \leq \alpha 0,05$ ) dengan nilai estimates sebesar -2,204. Maka dapat disimpulkan perbandingan kategori sikap terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -4,463 dan -2,204, yaitu semakin buruk sikap seseorang maka minat membeli kosmetik halal semakin rendah.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara sikap dan minat pembelian produk kosmetik halal. Hasil penelitian ini mendukung teori Ajzen dan Feisbein (1991) dalam *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa minat seseorang untuk membeli produk tertentu terutama dipengaruhi oleh sikap atau keyakinan pribadinya terhadap produk tersebut. Sikap konsumen mencerminkan bagaimana seseorang menilai objek tertentu sebagai sesuatu yang positif atau negatif, menguntungkan atau merugikan. Oleh karena itu, semakin positif sikap seseorang terhadap suatu produk, semakin tinggi minatnya terhadap produk tersebut.

Hasil penelitian ini relevan dengan beberapa penelitian terdahulu antara lain:

- a. Purwantini dan Tripalupi (2021) dalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli” memperlihatkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat beli.
- b. Wulandari dan Utami (2021) dalam sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Terhadap Niat Beli Kosmetik Pemutih Wajah pada Remaja Putri SMK X Jakarta” memperlihatkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kosmetik pemutih wajah.

c. Aryanti (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membeli Kosmetik Halal pada Mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta) memperlihatkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian kosmetik halal yang mana ketika mahasiswi memiliki sikap suka atau bersikap positif terhadap produk kosmetik halal akan cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya tersebut.

## 2. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien *kolerasi rank spearman* antara variabel norma subjektif (X2) dengan minat pembelian (Y) yaitu sebesar 0,688 yang menunjukkan bahwa ada korelasi yang kuat antara norma subjektif (X2) dengan minat pembelian (Y). tanda \*\* berarti korelasi bernilai signifikan pada level signifikansi 0,0. Angka koefisien korelasi dalam tabel hasil uji *korelasi rank spearman* hipotesis kedua positif sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat satu arah dan dimaknai bahwa semakin baik norma subjektif yang diberikan oleh orang-orang disekitar maka semakin mendukung untuk memiliki minat pembelian dan sebaliknya. Diketahui juga nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,000 000 yang artinya nilai Sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  atau  $0,01$  maka  $H_0$  ditolak. Berarti terdapat hubungan yang signifikan antara norma subjektif (X2) dengan minat beli (Y).

Selanjutnya regresi ordinal yaitu pada perhitungan pseudo R-Square variabel norma subejktif memiliki pengaruh sebesar 27,9% terhadap minat pembelian. Pada perhitungan tabel parameter estimates antara norma subjektif kategori rendah dibandingkan norma subjektif kategori tinggi mempengaruhi minat pembelian (*sig.* = 0,000  $\leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -5,470. Sedangkan norma subjektif yang sedang dibandingkan dengan norma subjektif yang tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian (*sig.* = 0,000  $\leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -3,032. Dapat disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori norma subjektif terhadap baseline dengan nilai estimate sebesar -5,470 dan -3,032,

yaitu semakin rendah norma subjektif yang diberikan oleh orang disekitar maka semakin tidak mendukung minat beli kosmetik halal.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel norma subjektif dan minat pembelian kosmetik halal. Temuan ini konsisten dengan teori Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fisbein, yang menjelaskan bahwa norma subjektif mencerminkan tekanan sosial yang dialami seseorang untuk melakukan atau menahan diri dari suatu perilaku. Ketika lingkungan sosial tidak mendukung atau tidak mendorong individu untuk melakukan pembelian, maka minat beli akan sulit terwujud. Hal ini sesuai dengan hubungan antara norma subjektif dan minat pembelian dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Wulandari dan Utami (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “ Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Terhadap Niat Beli Kosmetik Pemutih Wajah pada Remaja Putri SMK X Jakarta” bahwa norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap miat beli.
- b. Rofifah (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Perceived Behavioral, Control dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Bersertifikat Halal” yang mengasilkan bahwa keyakinan normatif seorang mahasiswi muslim di Semarang memiliki pengaruh yang cukup besar bagi minat mahasiswi tersebut untuk membeli produk kosmetik bersertifikat halal.

### **3. Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Halal**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi *rank spearman* antara varibel kontrol eprilaku (X3) dengan minat pembelian (Y) adalah sebesar 0,654. Menunjukkan koefisien kolerasi rank spearman sebesar 0,654 yang bermakna ada korelasi yang kuat antara kontrol perilaku. Tanda \*\* berarti korelasi bernilai signifikan pada level signifikansi 0,01. Angka koefisien korelasi dalam tabel hasil uji korelasi rank spearman hipotesis kedua positif sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat satu arah

dan dimaknai bahwa semakin baik kontrol perilaku yang diberikan maka semakin mendukung untuk memiliki minat pembelian dan sebaliknya. Diketahui juga nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,000 yang artinya nilai sig. (2-tailed)  $0,000 < 0,05$  atau 0,01 maka  $H_0$  ditolak. Berarti terdapat hubungan yang signifikan antara norma subjektif (X2) dengan minat beli (Y).

Selanjutnya pada perhitungan regresi ordinal yaitu pada perhitungan pseudo R-square variabel kontrol perilaku memiliki pengaruh sebesar 24,8% terhadap minat pembelian. Pada perhitungan tabel *parameter estimates* antara kontrol perilaku yang rendah dan kontrol perilaku yang tinggi mempengaruhi minat pembelian (sig. = 0,000  $\leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -5,232. Sedangkan kontrol perilaku yang sedang dibandingkan dengan kontrol perilaku yang tinggi berpengaruh terhadap minat pembelian (sig. = 0,000  $\leq \alpha$  (0,05) dengan nilai estimate sebesar -3,010. Dapat disimpulkan berdasarkan perbandingan kategori kontrol perilaku terhadap *baseline* dengan nilai estimate sebesar -5,232 dan -3,010, yaitu semakin rendah kontrol perilaku seseorang maka semakin menurunkan minat beli kosmetik halal.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kontrol perilaku dan minat pembelian kosmetik halal. Temuan ini sejalan dengan teori *Planned Behavior* yang diajukan oleh Ajzen dan Fisbein. Teori ini menyatakan bahwa pembentukan niat perilaku, termasuk keputusan pembelian, niat kunjungan, dan berbagai niat perilaku lainnya, dipengaruhi oleh kontrol perilaku. Kontrol perilaku dipandang sebagai variabel independen yang signifikan dalam memprediksi niat perilaku tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu yang dilakukan oleh (Witriyana dkk., 2019) bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli.

#### **4. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Halal**

Hasil uji koefisien koefisien *konkordinasi Kendal W* dengan menggunakan SPSS versi 25 sebesar 0,760. Koefisien korelasi sebesar 0,760

menunjukkan bahwa hubungan antara sikap (X1), norma subjektif (X2) dan kontrol perilaku (X3) dengan minat beli (Y) mempunyai hubungan yang kuat dan arahnya positif. Berarti semakin baik sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku maka semakin tinggi minat dalam membeli kosmetik halal.

Hasil dari *test statistics* dapat diketahui bahwa *Chi-Square* bernilai 911,916 dan *df* atau *degree of freedom* sebesar 3. Untuk uji signifikan, hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai pada kolom *Asymp. Sig.* dengan  $\alpha$  (0,05) dimana jika probabilitasnya  $\geq \alpha$  (0,05)  $H_0$  diterima dan pada *Asymp.Sig*  $\leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak. Dari hasil menunjukkan bahwa *Asymp.Sig* sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut  $\leq \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti, terdapat hubungan yang signifikan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dengan minat beli kosmetik halal.

Pada bagian regresi ordinal yaitu pada perhitungan pseudo R-square variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki pengaruh sebesar 40% terhadap minat pembelian. Pada tabel *model fitting information*, menunjukkan bahwa nilai kolom sig dalam tabel *model fitting information* sebesar 0,000 artinya model signifikan karena nilai sig pada kolom  $\leq \alpha$  (0,05). Diketahui juga bahwa nilai *-2 log likelihood* model *intercept only* sebesar 346,475 dan model *final* turun menjadi 89,406 dengan selisih yang dapat dilihat dari *Chi-square* sebesar 257,068. Dari model tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), dan kontrol perilaku (X3) sama-sama berpengaruh terhadap minat pembelian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat pembelian kosmetik halal secara parsial maupun simultan. Berdasarkan rumusan masalah, analisis data dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh antara variabel independen sikap (X1) terhadap minat pembelian (Y) produk kosmetik halal. Dapat diketahui bahwa dengan melihat hasil analisis regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom sig. sebesar  $0,000 \leq \alpha (0,05)$  yang artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal. Dari hasil perhitungan pseudo R-Square, sikap memiliki pengaruh sebesar 21,6% terhadap minat pembelian kosmetik halal.
2. Ada pengaruh antara variabel norma subjektif (X) terhadap minat pembelian (Y) produk kosmetik halal. Dapat diketahui dengan melihat hasil analisis regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom sig. sebesar  $0,000 \leq \alpha (0,05)$  yang artinya signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal. Dari hasil perhitungan pseudo R-Square, norma subjektif memiliki pengaruh sebesar 27,9% terhadap minat pembelian kosmetik halal.
3. Ada pengaruh antara variabel kontrol perilaku (X3) terhadap minat pembelian (Y) kosmetik halal. Dapat diketahui dengan melihat hasil analisis regresi ordinal pada parameter estimates kolom sig. sebesar  $0,000 \leq \alpha (0,05)$  berarti signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal. Dari perhitungan pseudo R-Square, kontrol perilaku memiliki pengaruh sebesar 24,8% terhadap minat pembelian produk kosmetik halal.

4. Ada pengaruh antara variabel independent sikap (X1), norma subjektif (X2), dan kontrol perilaku (X3) terhadap minat pembelian (Y) kosmetik halal. Dapat diketahui dengan melihat hasil regresi ordinal pada bagian parameter estimates kolom sig. pada location variabel independent keseluruhan nilai signifikasinya bernilai  $\leq \alpha$  (0,05) berarti signifikan. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan nilai pada kolom signifikan pada model fitting information sebesar  $0,000 \leq \alpha$  (0,05) sehingga model signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat pembelian kosmetik halal. Dari hasil perhitungan pseudo R-Square, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki pengaruh sebesar 40% terhadap minat pembelian.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Produsen kosmetik yang belum memenuhi standar kehalalan produk disarankan untuk segera mendaftarkan produk mereka agar memperoleh sertifikasi halal dan label halal. Hal ini akan meningkatkan nilai produk kosmetik tersebut.
2. Konsumen, terutama mahasiswi di Perguruan Tinggi di Purwokerto, disarankan untuk lebih teliti dalam merencanakan pembelian kosmetik. Karena kosmetik akan digunakan dan menempel pada kulit, penting untuk memastikan keamanan produk dengan memperhatikan komposisi yang baik dan halal untuk kehidupan sehari-hari.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada minat pembelian produk kosmetik. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat melibatkan aspek perilaku pembelian konsumen, bukan hanya minat pembelian.
4. Bagi peneliti selanjutnya, jika ingin mengembangkan penelitian ini lebih lanjut, disarankan untuk memasukkan variabel independen lain selain sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, faktor-faktor lain masih mempengaruhi 60% minat pembelian, sehingga dapat

diketahui variabel mana yang memengaruhi keputusan pembelian lebih akurat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). "Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research". Dalam jurnal *Psychological Bulletin*, vol.84.No.5
- Anggelina J.P, J., & Japariato, E. (2014). "Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya", dalam *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 2 No. 1.
- Ariyanti, O. (2016). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Membeli Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*.
- Baihaqi, A. R., & Wijayanto, G. (2021). *Analisis Pengaruh Planned Behavioral Lip Cream Kosmetik Wardah Terhadap Purchase Intention dan Consumer Buying Behavior Secara Online*. Vol.1.
- BeautyJournal.id. (2016). *Situs Kecantikan dan Gaya Hidup Andalan Wanita Masa Kini*. <https://journal.sociolla.com/bjglossary/kosmetik-halal/>, diakses pada 7 Januari 2023, pukul 09.00 WIB
- FatwaMUI. (2013). *Standar Produk Kosmetik dan Penggunaannya*. <https://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/No.-26-Standar-Kehalalan-Produk-dan-Penggunaan-Kosmetika.pdf>, diakses 7 Januari 2023, pukul 10.00 WIB
- Fitriani, & Novianti, R. (2022). Minat Beli Ibu-Ibu Milenial pada Produk Kosmetik Perspektif Theory Of Planned Behaviour. *Al-Iqtisad: Jurnal Ekonomi*, Vol.14.
- García, N. P., Saura, I. G., & Orejuela, A. R. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Heltyon*.
- IHATEC.com (2022). *Perkembangan Kosmetik Halal di indoensia*. <https://ihatec.com/perkembangan-kosmetik-halal-di-indonesia/>, diakses pada 9 Juli 2023, pukul 20.30 WIB.
- Ikhsan, R. R. N., & Sukardi, S. (2020a). Pengaruh Religiusitas, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol.11.No.1, 49.
- Indrawati, Ph.D.dkk. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. PT Refika Aditama, Bandung
- Isna, A., & Wanto. (2013). *Analisis Data Kuantitatif Dengan IBM SPSS Statistics 20*. STAIN Press, Purwokerto.
- Izza, D. W., & Zafira, S. (2020). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Klinik Kecantikan Atas Penggunaan Kosmetik Racikan Dokter*. Volume 25 Nomor 2.
- Komala, Y. D. (2020). *Analisis Perilaku Minat Beli Konsumen Wardah Kosmetik Berlabel Halal Berbasis Theory Planned Behavior*. Universitas Widya Dharma Klaten.

- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2003). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empa, Jakarta.
- KumparanSTYLE. (2019). *Daftar Kosmetik Halal di Indonesia yang Telah Disertifikasi MUI*. <https://kumparan.com/kumparanstyle/daftar-kosmetik-halal-di-indonesia-yang-telah-disertifikasi-mui-1548333618812262658>, diakses pada 15 Januari 2023, 21.00 WIB.
- Kusnandar, V. B. (2021, November 3). *RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/rissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia>, diakses pada 16 Januari 2023, pukul 08.00.
- Larasati, A., Hati, S. R. H., & Safira, A. (2018). Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal. Dalam jurnal *esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.8 Nomor (2), 105–114.
- mui.or.id. (2022). *Yuk Kenali Standar Kehalalan Kosmetik Berdasarkan Fatwa MUI!* <https://mui.or.id/produk/fatwa/41108/yuk-kenali-standard-kehalalan-kosmetik-berdasarkan-fatwa-mui/>, diakses pada 17 Januari 2023, pukul 10.00 WIB.
- Mukorobin, A., & Wahono, B. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Beli Makanan Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016)*.
- Ningtyas, Y., Fitria, D., Pradani, Y. S., & Arum, N. P. (3/82021). *Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bersertifikat Halal*. Vol.08.
- Nurhasanah, I. A., Sanjaya, M., & Putriyani, M. (2021). *Analisis Pengaruh Preferensi Dan Motivasi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Santri Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung*. Vol. 01. Nomor 01.
- Nusareserch. (2020). *Laporan Tentang Makeup Routine*. [https://nusaresearch.net/public/news/996.Laporan\\_Tentang\\_Makeup\\_Routine.nsr](https://nusaresearch.net/public/news/996.Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsr), diakses pada 10 Januari 2023 pukul 17.00 WIB.
- Pahlevi, R. (2022, Maret 15). *Konsumsi Kosmetik Halal Indonesia Terbesar ke-2 di Dunia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/konsumsi-kosmetik-halal-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia>, diakses pada 21 desember 2022 pukul 16.00 WIB.
- Pangestika, S., & Prasastyo, K. W. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen Di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol.19 No. 1a.
- Petter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.
- Purwantini, F., & Tripalupi, L. E. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol.7. Nomor 1.
- Purwanto. (2021). *Kosmetik Haram & Daftar Kosmetik Halal Menurut LPPOM MUI*, [adev.co.id/kosmetik/haram-halal/](http://adev.co.id/kosmetik/haram-halal/), diakses pada 14 Juli 2023, pukul 13.48.
- Rahmawanty, D., & Sari, D. I. (2019). *Buku Ajar Teknologi Kosmetik*. CV IRDH.

- Rakhmawati, A. (2018). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Wardah Beauty House Surabaya). *Jurnal Sketsa Bisnis, Volume (5) No (1)*.
- Rofifah, R. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Bersertifikat Halal*.
- Sara, S. K., Ahmad, R. M., & Arkiang, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. Dalam *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.4. Nomor (1)*, 21–37.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Susanto, R. K., & Sahetapy, W. L. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's pada Generasi Milenial. Dalam jurnal *AGORA, Vol. 9, No. 2*.
- Wahyuningsih, I. (2018). Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior. Dalam *Jurnal Of Economics and Business Aseanomics, Volume 3*.
- Widiyarni, L. A., & Gunawan, S. (2017). *Predicting Consumer Purchase Intention on Fashion Products in Online Retailer: Integration of Self Determination Theory and Theory of Planned Behavior*. Vol. 6. Nomor (9).
- Windarti, S., Faidah, M., & Usodoningtyas, S. (2022). *Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang. Volume 11 Nomer 1*, 123–130.
- Witriyana, Y., Faisal, H. I., & Rifani, A. (2019). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk secara Online Di Shopee*. Vol. 2. No. 1., Hal: 39-52.
- Wulandari, A., & Utami, F. A. (2021). Analisis Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Kosmetik Pemutih Wajah pada Remaja Putri SMK X Jakarta. *Jurnal Ilmu Kefarmasian, Vol 14 No.1*.
- ZAP Beauty Indeks. (2020). *ZAP Beauty Index 2020*. <https://zapclinic.com/zap-beauty-index-download>, diakses pada 30 Desember 2022, pukul 11.00.



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Lampira 1: Surat Ijin Penelitian

- Surat Penelitian Tertuju Universitas Jendral Soedirman



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: 0281-636624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaiizu.ac.id

Nomor : 2067B/Un.19/FEBl.J.ES/PP.009/5/2023 Purwokerto, 17 Mei 2023  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Jendral Soedirman  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soedirman, Universitas Prof. K.H. saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubag Akademik  
3. Arsip



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: 0281-636624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaiizu.ac.id

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Koord. Prodi Ekonomi Syariah

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

• Surat Penelitian Tertuju Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto



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

Nomor : 2067C/Un.19/FEBl.JES/PP.009/5/2023

Purwokerto, 17 Mei 2023

Lamp. :-

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswa/i Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soedirman, Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip



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

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah  
  
Dewi Laela Hilyatin S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

• Surat Penelitian Tertuju UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto



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

Nomor : 2067E/Un.19/FEBl.J.Es/PP.009/5/2023 Purwokerto, 17 Mei 2023  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soedirman, Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip



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

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Koord. Prodi Ekonomi Syariah  
  
Dewi Laela Hilyatin S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

• Surat Penelitian Tertuju Universitas Amikom Purwokerto



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

Nomor : 2067D/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/5/2023 Purwokerto, 17 Mei 2023  
Lamp. :-  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Amikom Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswawi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswawi Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soedirman, Universitas Prof. K.H. saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip



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

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Koord. Prodi Ekonomi Syariah  
  
Dew L. Laela Hilyatin S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

• Surat penelitian Tertuju Universitas Harapan Bangsa



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.uinszu.ac.id

Nomor : 2067F/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/5/2023 Purwokerto, 17 Mei 2023  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Harapan Bangsa Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soedirman, Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip



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.uinszu.ac.id

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Koord. Prodi Ekonomi Syariah  
  
Dewi Laela Hilyatin S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

• Surat Penelitian Tertuju Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto



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

Nomor : 2067G/Un.19/FEBLJES/PP.009/5/2023 Purwokerto, 17 Mei 2023  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soedirman, Universitas Prof. K.H. saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Mhuammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubag Akademik  
3. Arsip



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

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Koord. Prodi Ekonomi Syariah  
  
Laela Hilyatin S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

• Surat Penelitian Tertuju Institut Telkom Purwokerto



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

Nomor : 2067H/Un.19/FEBI.J.E.S/PP.009/5/2023  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 17 Mei 2023

Kepada Yth.  
Rektor Institut Telkom Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soediman, Universitas Prof. K.H. saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip



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

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Koord. Prodi Ekonomi Syariah  
  
Dewi Laela Hilyatin S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

• Surat Penelitian Tertuju Universitas Muhammadiyah Purwokerto



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

Nomor : 2067A/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/5/2023 Purwokerto, 17 Mei 2023  
Lamp. :-  
Hal : Permohonan Izin Riset Individual

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Semester / Program Studi : VIII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Jl. Moh. Besar Kutasari Baturaden
6. Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto
2. Tempat/ Lokasi : Universitas Jendral Soedirman, Universitas Prof. K.H. saifuddin Zulri Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Wijaya Kusuma, Universitas Amikom Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto, Intitut Telkom Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023
4. Metode Penelitian : Kuantitatif

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip



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

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Kaprodi Prodi Ekonomi Syariah  
  
Laela Hilyatin S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 2: Surat Pernyataan telah Melaksanakan Penelitian

- Surat Pernyataan Telah Melaksanakan Penelitian di Universitas Muhammadiyah Purwokerto

 Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
**Biro Akademik**

Kampus Ahmad Dahlan  
Jl. K.H. Ahmad Dahlan  
P.O. Box 202 Purwokerto 53182  
Telp. 0281- 636751, 630463  
Fax. 0281- 637239

Kampus Soepardjo Roestam  
Jl. Letjen Soepardjo Roestam  
P.O. Box 229 Purwokerto 53181  
Telp. 0281- 6844252, 6844253  
Fax. 0281- 6844253

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT IZIN PENELITIAN**  
Nomor: A12.II/ ١٩٥٠ -S.Pt./BA/UMP/VII/2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

Kepala Biro Akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan ini memberikan izin kepada:

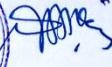
N a m a : Laela Safitri  
Nomor Mahasiswa : 1917201269  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Universitas : UIN SAIZU Purwokerto

untuk melaksanakan penelitian skripsi di lingkungan Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan judul **"Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)"**.

Demikian surat pengantar izin penelitian ini disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Purwokerto, 30 Dzulhijjah 1444 H  
18 Juli 2023 M

Kepala Biro Akademik,  
  
Ani Nor Widyastuti, S.Sos., M.M.  
NIK 2160317



www.ump.ac.id

- **Surat Pernyataan Telah Melaksanakan Penelitian di Institut Telkom Purwokerto**



Purwokerto, 17 Juli 2023

Nomor : IT Tel5964/SKR-000/REK-00/VII/2023  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Permohonan Izin Riset Individual

Yth.  
Dwi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah  
di  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Dengan Hormat,

Berkaitan dengan Surat Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto nomor : 2067H/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2023 tentang Permohonan Izin Riset Individual, dengan hormat kami sampaikan bahwa Institut Teknologi Telkom Purwokerto memberikan izin bagi mahasiswa :

Nama : Laela Safitri  
NIM : 1917201269  
Semester/Prodi : VIII/Ekonomi/ Syariah  
Tahun akademik : 2022/2023  
Alamat : Jl. Moh. Besar, Kutasari, Baturaden  
Judul Skripsi : Pengaruh sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Untuk melakukan Observasi pada 18 Mei 2023 s/d 30 Mei 2023 dengan metode penelitian kuantitatif, untuk komunikasi dan informasi lebih lanjut dapat menghubungi sdr. Ira Handayani di nomor 0812-2830-7444.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,  
Wakil Rektor III IT Telkom Purwokerto



Dadiek Pranindito, S.T., M.T.  
NIK. 14850077

**Innovative, Trustworthy, Teamwork, Professional**  
Jl. Di. Panjaitan No. 128 Purwokerto 53147 Jawa Tengah - Indonesia  
Telp. (0281) 641629 www.itelkom-pwt.ac.id - Email : info@ittelkom-pwt.ac.id

- **Surat Pernyataan Telah Melaksanakan Penelitian di Universitas Wijayakusuma Purwokerto**



**UNIVERSITAS WIJAYAKUSUMA PURWOKERTO**  
**AKREDITASI B**

Alamat : Kampus Karangsalam Telp. (0281) 6439889, Fax. 6439711 Kotak Pos 185 Purwokerto 53152

Nomor : 125/UNWIKU/B.02/VII/2023 18 Juli 2023  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Riset (Penelitian)

Kepada : Yth. Koord Prodi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri  
Profesor Kiai Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di - PURWOKERTO

Berdasarkan disposisi Rektor Universitas Wijayakusuma Purwokerto dan berdasarkan surat permohonan dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto Nomor : 2067C/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/5/2023 Tanggal 17 Mei 2023 Hal : Permohonan Izin Riset Individual, kami sampaikan bahwa Rektor mengijinkan mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Laela Safitri  
NPM : 1917201269  
Semester : VIII  
Prodi Studi : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2022/2023  
Alamat : JL. Moh. Besar Kutasari Baturaden  
Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Akan melaksanakan observasi dengan obyek mahasiswa di Universitas Wijayakusuma Purwokerto dengan metode Penelitian Kuantitatif.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



Tembusan :  
Mahasiswa yang bersangkutan

- **Surat Pernyataan Telah Melaksanakan Penelitian di Universitas Amikom Purwokerto**



**UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO**  
**FAKULTAS BISNIS DAN ILMU SOSIAL**

Jl. Letjen Pol Sumarto, Purwanegara, Purwokerto Utara, Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia 53123, Telp. (0281) 623321, Faks. (0281) 623196, Web.: fbis.amikompurwokerto.ac.id, email : fbis@amikompurwokerto.ac.id

Nomor : 05685/AMIKOMPWT/FBIS/10/VII/2023  
Lampiran :-  
Hal : Persetujuan Izin Riset Mahasiswa

Kepada Yth.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah

Di Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Berdasarkan Surat Permohonan dengan Nomor 2067D/Un.19/FEBI.J.ES/PP.09/5/2023 tentang Permohonan Izin Riset Individual mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, maka Dekan Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Amikom Purwokerto memberikan izin kepada mahasiswa:

Nama : Laela Safitri  
NIM : 1917201269  
Semester/Prodi : VIII/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dilaksanakan dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 20 Juli 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial

**Dr. Yustredi Nurfaizal, S.E., M.M.**

**NIK. 2012.09.1.007**

**BISNIS DIGITAL (S1)**  
• Financial Technology  
• Business Analyst

**ILMU KOMUNIKASI (S1)**  
• Creative Media Developer  
• Public Relations

**BAHASA INGGRIS (D3) / PSDKU**  
• Tourism

**SUCCESS, SPIRIT & CREATIVE**

- **Surat Pernyataan Telah Melaksanakan Penelitian di Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto**

**UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA (UNU)  
PURWOKERTO**  
Jln. Sultan Agung No 42, Karangdlesem, Purwokerto Selatan, Purwokerto, Jawa Tengah, 53144  
Telp/Faks. (0281) 6841836; e-mail: unupurwokerto@gmail.com;  
website: http://www.unupurwokerto.ac.id

---

Nomor : 498.a/UNU-PWT/UM/2023 19 Mei 2023  
Lamp : -  
Hal : Surat Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth  
Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah  
UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di Tempat

***Assalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuh***

Sehubungan dengan surat nomor 2067G/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/5/2023 pada tanggal 17 Mei 2023 perihal permohonan Izin Riset Individual dalam rangka penyusunan skripsi, dengan ini:

Yang bertanda tangan dibawah ini:  
Nama : Feriani Budiyah, S.E., M.Si.  
NPP : 19870214 201707 2 093  
Jabatan : Kepala Biro Administrasi Umum, Keuangan, Kepegawaian dan Perencanaan UNU Purwokerto.  
Alamat : Jln. Sultan Agung No 42, Karangdlesem, Purwokerto Selatan, Purwokerto, Jawa Tengah, 53144.

Menerangkan Bahwa mahasiswa atas nama berikut ini:  
Nama : Laela Safitri  
NIM : 1917201269  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto sebagai syarat penyusunan skripsi.

Demikian surat balasan dari kami, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

***Wassalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuh***

Kepala Biro Administrasi Umum,  
Keuangan, Kepegawaian dan Perencanaan,  
  
Feriani Budiyah, S.E., M.Si.  
NPP. 19870214 201707 2 093

### Lampiran 3 : Kuisisioner Penelitian

#### KUISISIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH SIKAP NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL** (Studi pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto)

Kepada Yth. Responden  
Mahasiswi Perguruan Tinggi Purwokerto  
Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, berkenaan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Halal pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Purwokerto". Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Laela Safitri  
NIM : 1917201269  
Program Studi/Fakultas : Ekonomi Syariah/FEBI  
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Memohon kesedian responden untuk mengisi kuisisioner yang saya ajukan. Penelitian ini tidak menimbulkan akibat yang merugikan bagi responden, semua informasi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan responden dalam mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya,



Laela Safitri

## A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-Laki
  - Perempuan
3. Usia
  - 18 tahun
  - 19 tahun
  - 20 tahun
  - 21 tahun
  - 22 tahun
  - 23 tahun
  - 24 tahun
4. Saya merupakan Mahasiswi Di perguruan Tinggi:
  - UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
  - Universitas Jendral Soedirman
  - Universitas Muhammadiyah Purwokerto
  - Universitas Harapan Bangsa
  - Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
  - Universitas Amikom Purwokerto
  - Institut Telkom Purwokerto
  - Universitas Nahdatul Ulama Purwokerto
  - lainnya
5. Saya mengetahui/ memiliki minat 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*

- Lainnya
7. Uang saku selama 1 bulan:
    - $\leq$  Rp 100.000,-
    - Rp 150.000,- -Rp 200.000,-
    - Rp 250.000,- -Rp 300.000,-
    - $\geq$  Rp 300.000,-
  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,-

**B. Petunjuk Pengisian Kuisioner**

1. Isilah identitas secara lengkap.
2. Sebelum menjawab, bacalah terlebih dahulu setiap butir pertanyaan dengan teliti.
3. Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan 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) :
  - Setuju (S) :
  - Netral (N) :
  - Tidak Setuju (TS) :
  - Sangat Tidak Setuju (STS) :

**C. Pertanyaan Penelitian**

1. Sikap (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya yakin memilih produk kosmetik dengan bahan baku halal					
2.	Saya percaya dengan menggunakan produk kosmetik halal dapat melindungi kulit					

3.	Saya percaya dengan menggunakan produk kosmetik halal dapat merawat kulit menjadi lebih baik					
4.	Menurut saya memakai produk kosmetik halal adalah penting					
5.	Menurut saya memakai produk kosmetik halal sudah tentu baik untuk saya					
6.	Saya percaya produk kosmetik yang aman ialah kosmetik halal					

## 2. Norma Subjetif (X2)

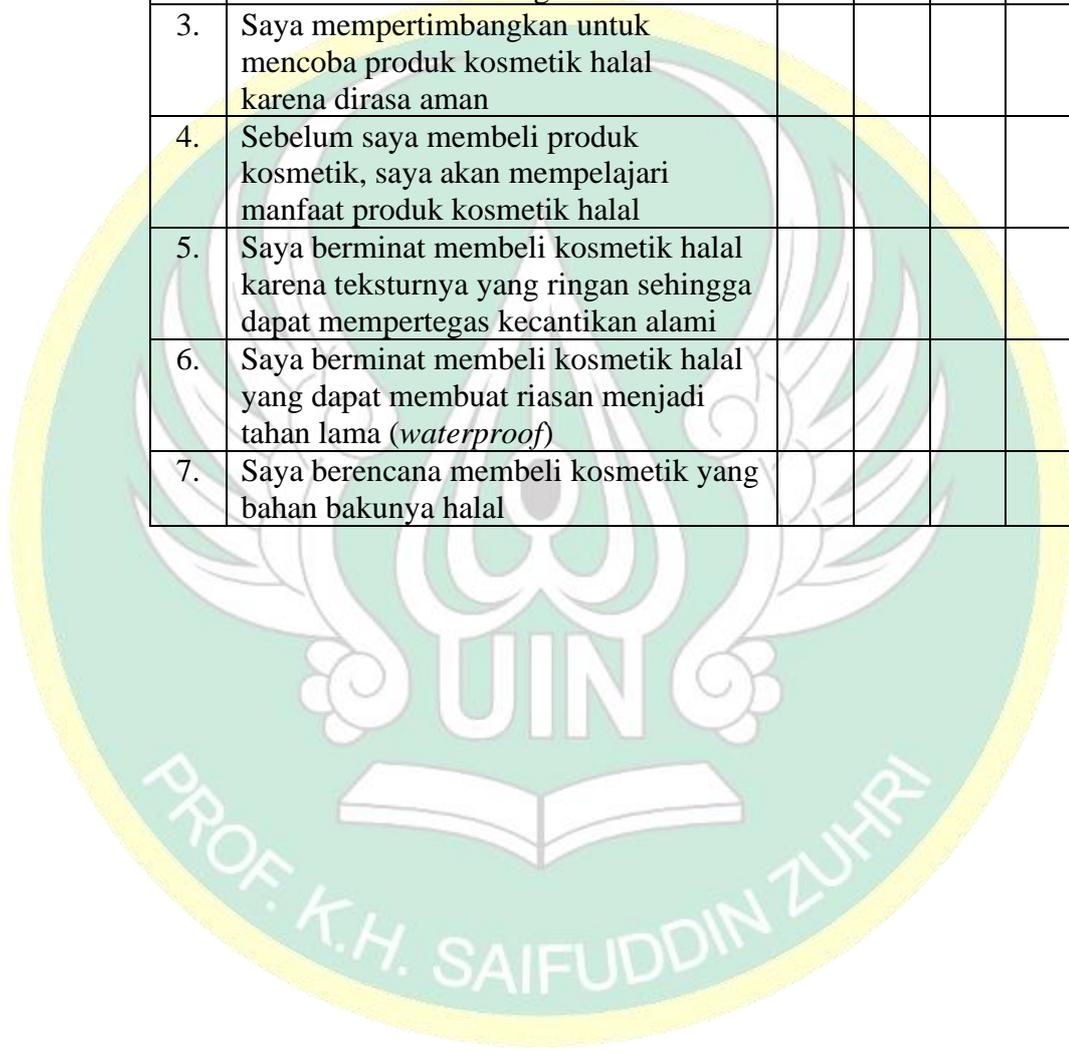
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Orang-orang penting disekeliling saya memberikan rekomendasi untuk menggunakan kosmetik dengan label halal					
2.	Biasanya saya terpengaruh ajakan teman untuk menggunakan produk kosmetik halal					
3.	Anggota keluarga saya memberikan saran untuk lebih menyukai kosmetik halal					
4.	Teman dekat mendorong saya untuk menjaga kehalalan					
5.	Teman kuliah saya menyarankan untuk menggunakan produk kosmetik halal					

## 3. Kontrol Perilaku (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan kosmetik halal					
2.	Menurut saya kosmetik halal mudah untuk didapat					
3.	Menurut saya kosmetik memiliki informasi yang cukup jelas mengenai label halal					
4.	Saya membeli kosmetik halal karena memiliki sumber daya atau kemampuan					
5.	Menurut saya ada banyak pilihan dari kosmetik halal					
6.	Kosmetik halal banyak tersedia di toko kosmetik maupun di marketplace					

4. Minat Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berencana untuk membeli kosmetik dengan label halal saat membutuhkan					
2.	Jika saya memiliki sumber daya atau kemampuan, saya memprioritaskan membeli kosmetik dengan label halal					
3.	Saya mempertimbangkan untuk mencoba produk kosmetik halal karena dirasa aman					
4.	Sebelum saya membeli produk kosmetik, saya akan mempelajari manfaat produk kosmetik halal					
5.	Saya berminat membeli kosmetik halal karena teksturnya yang ringan sehingga dapat mempertegas kecantikan alami					
6.	Saya berminat membeli kosmetik halal yang dapat membuat riasan menjadi tahan lama ( <i>waterproof</i> )					
7.	Saya berencana membeli kosmetik yang bahan bakunya halal					



#### Lampiran 4: Daftar responden Penelitian

No	Nama Mahasiswi	Asal Perguruan Tinggi
1	Gandhi Dwi	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2	Maulidatun Ni'mah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3	Wiwit Septiani	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4	Fatmawati	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5	Fernanda Anindya Putri	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6	WINDI PANGESTIKA	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7	Afifah Dyan Nurlaili	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8	Ghani Aurina Sahera	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
9	Dinda Ismawati	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
10	Aulia Na'imatul Khanafiah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
11	Lisa Arifatul Fajri	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
12	zahra al madina	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
13	intania zariya nayya	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
14	Sasi Fitria Saputri	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
15	Annida Maharani	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
16	ALAIKA SANDORI	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
17	Sela Sepfa Alfinah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
18	Faqia	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
19	Refi Mariska	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
20	Ayu Aningrum	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
21	Iqoh	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
22	Latifah Nurmaulida	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
23	Wilda Jamaliyah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
24	Devi Lestianingsih	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
25	Novika Febianti	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
26	Nathasya Sopyawanda	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
27	Siti nurindah marfuah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
28	dhiya shofi hanifah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
29	Fauzia Almufida F	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
30	Ufia Nur Azifah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
31	Ega Fransiska	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
32	Anindya	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
33	Laelatul Fajriati	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
34	Nurlaeli	Universitas Jendral Soedirman
35	Annisa Endah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
36	Shelina asti	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
37	Berliana Islamiati	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
38	Putri	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto

39	Susi Mariska	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
40	Olif Nur Fadillah	Universitas Jendral Soedirman
41	Nur Atikadewi	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
42	Lia	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
43	Devia Divani Marchsya	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
44	Afrida Nashwa Sabrina	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
45	Aora Wisela Ningrum	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
46	Dian nur Fatihah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
47	Iva Diah Septiana	Universitas Jendral Soedirman
48	Nabila Azzahra	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
49	Desti Ulya	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
50	Naila Zuhroh	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
51	Ani Diniati	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
52	Oktafiani Nurahmah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
53	Roro Efi Nur Safitri	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
54	Agnes Wilujeng Aulia	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
55	Sapna Rofiana Agustin	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
56	Tiffany ridwan	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
57	Putri Rahayu	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
58	Ghina Septy Rizkia	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
59	Dini Rahmawati	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
60	Anjum juhriyah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
61	Naeli Fitria Rokhmawati	Institut Telkom Purwokerto
62	Dita Rizkiana	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
63	Devin Ayu Putri Damayanti	Institut Telkom Purwokerto
64	Alya Fauziyah	Institut Telkom Purwokerto
65	Miskah Luqyana Syifa	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
66	Dwi sofia	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
67	Adistianty	Universitas Jendral Soedirman
68	Dhea Thalia Shintani	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
69	Hani Purwati	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
70	Musrifah Fathul Dinilah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
71	Ezrika Novita Krestiana	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
72	Nofia Eka Nurjanati	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
73	Dwian Khofifah	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
74	Nafi	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
75	Annisa Oktavyani	Institut Telkom Purwokerto
76	Nila Anggun Lestari	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
77	Istianah	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
78	Dwi Webrianti	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
79	Risa AN	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

80	Nuhashifa Raniya K	Universitas Jendral Soedirman
81	Diajeng Atina Khasanah	Universitas Jendral Soedirman
82	Oktavia	Universitas Jendral Soedirman
83	Sabrina Alya Rahmani	Universitas Jendral Soedirman
84	Dayu Putri Niastiti	Universitas Jendral Soedirman
85	Fadhilah Umami G	Universitas Jendral Soedirman
86	Retno Dwi Astuti	Universitas Jendral Soedirman
87	Hesti Tria Ananda	Universitas Jendral Soedirman
88	Rabiatul Adawiyah S	Universitas Jendral Soedirman
89	Maela Ma'zsuroh	Universitas Jendral Soedirman
90	Qonata Putri Wulandari	Universitas Jendral Soedirman
91	Chindi Asih Sugiarti	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
92	Siska Apriani	Universitas Jendral Soedirman
93	Ziella Ruth Kristantia	Universitas Jendral Soedirman
94	Mazaya Syarafina	Universitas Jendral Soedirman
95	Miftahul Jannah	Universitas Jendral Soedirman
96	Mujiyati	Universitas Nahdlatul Ulama
97	Nurul Izzah Islamy	Universitas Jendral Soedirman
98	Titin Murniati	Universitas Jendral Soedirman
99	Qonita salisa faza	Institut Telkom Purwokerto
100	Nuurul 'Azizah	Institut Telkom Purwokerto
101	Jesika Erliana	Universitas Jendral Soedirman
102	Dhita Arelia	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
103	Musfiyani Rahmawati	Universitas Jendral Soedirman
104	Nafla 'Aqila	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
105	Anggraeni	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
106	Helin Febrian Budi	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
107	Asyifa Afifatur Rohmah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
108	Riska Alifia Hasanah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
109	ayu wardani	Universitas Nahdlatul Ulama
110	Dwi Amalia	Universitas Jendral Soedirman
111	Hilda Meliana Melati	Universitas Nahdlatul Ulama
112	Atin Prihatin	Universitas Nahdlatul Ulama
113	Laela Rizky Fatimah	Universitas Nahdlatul Ulama
114	Dede Rahmawati	Universitas Nahdlatul Ulama
115	Jhea Aqilla Nashya	Universitas Harapan Bangsa
116	Cindy Ade Safitri	Universitas Harapan Bangsa
117	Esanda Falentine Milani	Universitas Harapan Bangsa
118	Mirawati	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
119	Bety amukti	Universitas Nahdlatul Ulama
120	Mei	Universitas Harapan Bangsa

121	Ade fitria ningsih	Universitas Harapan Bangsa
122	Adzkiya Zayyan M.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
123	aulia hilda pertiwi	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
124	Riska Dwi Lestari	Universitas Amikom Purwokerto
125	Aulia Rahma Azzahro M	Universitas Jendral Soedirman
126	Vaza Farihatun Sabila	Universitas Jendral Soedirman
127	Sofiyasmin Muzzafarah	Universitas Jendral Soedirman
128	Rani	Universitas Jendral Soedirman
129	Yuliana Poncowati	Universitas Jendral Soedirman
130	Viona Nur Reza	Universitas Jendral Soedirman
131	Lulu Ulmufidah	Universitas Jendral Soedirman
132	NATASYA PARAMITA	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
133	Soviyatun Nikmah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
134	Ayu Idzan Sururi	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
135	Hanum Vivi Irawan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
136	Dewanti Anggitasari	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
137	Lintang Farolla	Universitas Jendral Soedirman
138	Wafiq Siti Nur Pajriyah	Universitas Jendral Soedirman
139	Faza Rifqiyah Jazilatin	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
140	Anindita Fajarino	Universitas Jendral Soedirman
141	Iyut Regita SetyaNingrum	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
142	Ika Miftahul Jannah	Universitas Jendral Soedirman
143	Novalika	Universitas Jendral Soedirman
144	Destalia Tri Anggraeni	Universitas Jendral Soedirman
145	Ananda Yasmin Nisa	Universitas Jendral Soedirman
146	Fiakoimatul Laelina	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
147	Syifa Nur Azizah	Universitas Jendral Soedirman
148	Ulfi Uswah Iskandar	Universitas Jendral Soedirman
149	Isna Ngasaroh Yuliana	Universitas Nahdlatul Ulama
150	Ade Kirana	Universitas Harapan Bangsa
151	Ati Mangiatun Najjah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
152	Meyra Putri Lestari	Universitas Harapan Bangsa
153	Arry Nurmaharani K	Universitas Nahdlatul Ulama
154	Afthonah	Universitas Jendral Soedirman
155	Tsaniyah Fadhilah Sukresna	Universitas Jendral Soedirman
156	Dwi Sofiatun	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
157	Eka Marti	Universitas Jendral Soedirman
158	Dita Puji R.	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
159	Syulasi Nurul Hamidah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
160	realmigaluh@gmail.com	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
161	Aisyah Fitri Hidayati	Institut Telkom Purwokerto

162	Diah Ayu Lestari	Institut Telkom Purwokerto
163	Putri Nabilah	Institut Telkom Purwokerto
164	Febri Yolanda Silalahi	Institut Telkom Purwokerto
165	Septiara Kurnia Dewi S	Institut Telkom Purwokerto
166	Mayesq Prameswari	Institut Telkom Purwokerto
167	Dhila	Institut Telkom Purwokerto
168	Anisa Lidia Fitri	Institut Telkom Purwokerto
169	Rekhatul Amaliyah Agustina	Institut Telkom Purwokerto
170	Mahda Laina Arnumukti	Institut Telkom Purwokerto
171	Puji Ayuningtyas	Institut Telkom Purwokerto
172	Auranisa Dicha Andini	Institut Telkom Purwokerto
173	Ella Venita Alaya Pardede	Institut Telkom Purwokerto
174	Zuhrotul Aliffiyah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
175	Winanti Etik Pratiwi	Universitas Jendral Soedirman
176	Lusi Nurmalasari	Universitas Jendral Soedirman
177	Masna Karina Kalsum	Universitas Jendral Soedirman
178	Nuril Fitri Astuti	Universitas Jendral Soedirman
179	Azzura	Universitas Jendral Soedirman
180	Vinna Anggraeni	Universitas Jendral Soedirman
181	Devi Rahmadani	Universitas Jendral Soedirman
182	Farah Vania Erdiana	Universitas Jendral Soedirman
183	Kintan Maharani	Universitas Jendral Soedirman
184	Amaliah Nur Aini	Universitas Jendral Soedirman
185	Feny Eka Ayu Pratama	Universitas Jendral Soedirman
186	Ifta Nabila Romland	Universitas Jendral Soedirman
187	Dwi Jannati	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
188	Rara	Universitas Jendral Soedirman
189	Khairina Rahmania Prayoga	Universitas Jendral Soedirman
190	Hanifah Tsurayya Ayu W	Universitas Jendral Soedirman
191	Salsabiila Aisy	Universitas Jendral Soedirman
192	Nadia Salekha Putri	Universitas Jendral Soedirman
193	Ibnatul Wahidah	Universitas Jendral Soedirman
194	Nadiya Khaerunisa	Universitas Jendral Soedirman
195	Kiki robiyanti	Universitas Jendral Soedirman
196	Karisma Dwi Atlantika	Universitas Jendral Soedirman
197	Louvina	Universitas Jendral Soedirman
198	Iftah	Universitas Jendral Soedirman
199	Diva Sania Namira	Universitas Jendral Soedirman
200	Kusuma	Universitas Jendral Soedirman
201	Dinda	Universitas Jendral Soedirman
202	Venti Elsanti	Universitas Jendral Soedirman

203	Putri Zahra Huzaen	Universitas Jendral Soedirman
204	Anjani Poppy Berliana	Universitas Jendral Soedirman
205	Lutfi	Universitas Jendral Soedirman
206	Maula	Universitas Jendral Soedirman
207	Mustathi' Zulfa	Universitas Jendral Soedirman
208	Mawar	Universitas Jendral Soedirman
209	Dyah Setiawati	Universitas Jendral Soedirman
210	Asma Maisun Aabidah	Universitas Jendral Soedirman
211	Inayatul Laeli	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
212	Amalia Arfianti	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
213	Annisa Dyah Kumalasari	Universitas Jendral Soedirman
214	mulattri	Universitas Amikom Purwokerto
215	vina amanda	Universitas Amikom Purwokerto
216	Diana Pungki	Universitas Jendral Soedirman
217	AMALIA NUR ISLAMI	Universitas Amikom Purwokerto
218	Retno	Universitas Jendral Soedirman
219	FARADINA MOSYARINA	Universitas Amikom Purwokerto
220	Rachel Sekar Vini Utami	Universitas Jendral Soedirman
221	Sherina Nurul Fasha	Universitas Amikom Purwokerto
222	Naila	Universitas Jendral Soedirman
223	Dyana	Universitas Jendral Soedirman
224	Ika Yulianti	Universitas Jendral Soedirman
225	Dilla	Universitas Jendral Soedirman
226	zaida fatimatuz zahro	Universitas Jendral Soedirman
227	Dwi Aryani	Universitas Jendral Soedirman
228	cindi	Universitas Jendral Soedirman
229	Salsa	Universitas Jendral Soedirman
230	Ananda Nur Kholivah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
231	Aulia Rusyda	Universitas Jendral Soedirman
232	Hana Nur Hanifah	Universitas Jendral Soedirman
233	Berliana Nauli Alriansyah M	Universitas Jendral Soedirman
234	Salsabilla Silky	Universitas Jendral Soedirman
235	Sabrina Yuliana	Universitas Jendral Soedirman
236	Aulia Rahayu Dwi Fitriyani	Universitas Jendral Soedirman
237	Laras Hapsari Utami	Universitas Jendral Soedirman
238	Ananda Putri	Universitas Jendral Soedirman
239	Fakhronaa Aziizah	Universitas Jendral Soedirman
240	Suhaila Hedra	Universitas Jendral Soedirman
241	Iriyanti Dyah	Universitas Jendral Soedirman
242	Agil Maesiyatun Khasanan	Universitas Jendral Soedirman
243	Musafarotun Istiana Lutfiani	Universitas Jendral Soedirman

244	Yumna	Universitas Jendral Soedirman
245	Devi Natasya	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
246	Sabna Amar	Universitas Jendral Soedirman
247	Putri Charissa	Universitas Jendral Soedirman
248	Amalia Yuliyanti	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
249	Nur Eni Triwinarsih	Universitas Jendral Soedirman
250	Ratna Ningsih	Universitas Jendral Soedirman
251	Layla Nur Fitria	Universitas Jendral Soedirman
252	Cip	Universitas Jendral Soedirman
253	Denisa Winahyu R	Universitas Jendral Soedirman
254	Chika Ayunda	Universitas Amikom Purwokerto
255	Dewi	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
256	Lestari Indah Setiawati	Universitas Jendral Soedirman
257	Atika Ayu Rohmadani	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
258	Cindi Febriyaningsih	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
259	Athfina Luthfianisa	Universitas Jendral Soedirman
260	Ingrid	Universitas Jendral Soedirman
261	Nurita Muhamad	Universitas Amikom Purwokerto
262	Rosyida Alya Safira	Universitas Jendral Soedirman
263	Alya Citra Salsabila	Universitas Jendral Soedirman
264	Ukhtun Wasliyah	Universitas Jendral Soedirman
265	Irda Nur	Universitas Jendral Soedirman
266	putri pamungkas	Universitas Amikom Purwokerto
267	Nur Hamidah	Universitas Jendral Soedirman
268	Diah Ayu Kalpikorini	Universitas Jendral Soedirman
269	Shabrina nur frida aulia	Universitas Jendral Soedirman
270	Nur Auji Ardini	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
271	Dinda Seffirinandiana S	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
272	Ismiatun Syariah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
273	Endah Setiyani	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
274	Umi Amalia Nurul Hidayah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
275	Nanik Fauziah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
276	Lulu saffanah	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
277	Denti Cahyani Rometa	Universitas Jendral Soedirman
278	Rezka Wahyu Dwiyanti	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
279	Nabila Nur Alimah Budi L	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
280	Rosita Sri Widari	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
281	Rina Maulina	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
282	All baniyah liza fadiilah	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
283	Irma Febriyanti Ningrum	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
284	Hamna Fathia Zahra	Universitas Muhammadiyah Purwokerto

285	Ais	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
286	Virginia ulafa annida	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
287	Aisyah	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
288	Tata	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
289	Jauza Adila	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
290	Naely Mukarromah	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
291	Aisa	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
292	Laila Purnamasari	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
293	Neriza Aziza Rahma	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
294	Lilis	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
295	Kendi Diana Putri	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
296	DERA WANDA YANTI	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
297	Meisa	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
298	Dita Panve Songga	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
299	Intan als	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
300	Hanni mutiah mahirah	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
301	Hasna	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
302	Hani	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
303	Pratama putri wijayanti	Universitas Jendral Soedirman
304	Naela Nurmalia	Universitas Jendral Soedirman
305	Zeha Kirana	Universitas Jendral Soedirman
306	Amaliyana	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
307	Alifah Lisy Syafa'at	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
308	Aselita Aurora Magista Defi	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
309	Yuke Fanatria	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
310	Khofifah	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
311	Tiara Cahyani	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
312	Yuniar Wulandari	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
313	Firliana Indah Safira	Universitas Jendral Soedirman
314	Nisa Briliana Nova Nabila	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
315	Wulan Linda Puspita Sari	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
316	SATYA	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
317	Ulfiatun Khasanah	Universitas Amikom Purwokerto
318	Aulia Izzatul Ilmi	Universitas Jendral Soedirman
319	Kiki alviyanti	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
320	Wasumingatul Choeroh	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
321	Arini Aristawati	Universitas Jendral Soedirman
322	Yuniar Ernawati	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
323	Siska	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
324	Kharisma Zahra Nurani	Universitas Jendral Soedirman
325	Milenia Prastiani	Universitas Jendral Soedirman

326	Sheva Natasya Aprilia S	Universitas Jendral Soedirman
327	Huni Handayani	Universitas Jendral Soedirman
328	Lia kusuma	Universitas Jendral Soedirman
329	Alun Tandayu Pinedha	Universitas Jendral Soedirman
330	risma	Universitas Jendral Soedirman
331	Raihanah Fara Fadilah	Universitas Jendral Soedirman
332	Aul	Universitas Jendral Soedirman
333	Arini Qurrotul Ain	Universitas Jendral Soedirman
334	Novitri	Universitas Jendral Soedirman
335	Serli Setiawati	Universitas Jendral Soedirman
336	April Melani	Universitas Jendral Soedirman
337	Niken Putri Sagita	Universitas Jendral Soedirman
338	Mevi Amanda	Institut Telkom Purwokerto
339	Pusbo Riandini	Institut Telkom Purwokerto
340	Miranda Dwi Febriliana	Institut Telkom Purwokerto
341	Wiqi	Institut Telkom Purwokerto
342	Rostina	Institut Telkom Purwokerto
343	Mutiara	Institut Telkom Purwokerto
344	Yusi Rahmawati	Institut Telkom Purwokerto
345	Alivia Nur Salsabila	Universitas Jendral Soedirman
346	Nur Amelia Fitri	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
347	annisa intan pratiwi	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
348	Saskia Nur Ubay	Universitas Harapan Bangsa
349	Ayas	Universitas Jendral Soedirman
350	Tri Puji Astuti	Universitas Jendral Soedirman
351	Hikmatu Sholehah	Institut Telkom Purwokerto
352	Milatina	Universitas Jendral Soedirman
353	Santi Dwi Lestari	Universitas Jendral Soedirman
354	Ullaa	Universitas Jendral Soedirman
355	Fadilah Jauharotul Faiqoh	Universitas Muhammadiyah Purwokerto
356	FASYA SAYSABILA HAPSARI	Universitas Jendral Soedirman
357	Sabita Alya Siti Azahra	Universitas Jendral Soedirman
358	Aulia Aisyah Putri	Universitas Jendral Soedirman
359	ashlikha	Universitas Jendral Soedirman
360	Wulan	Universitas Jendral Soedirman
361	Rachel Maora S	Universitas Jendral Soedirman
362	Feliza Febriani	Universitas Jendral Soedirman
363	ELvina	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
364	Putri Innatus Zahra	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
365	Faradila Candra	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
366	Nendita putri	Universitas Jendral Soedirman

367	Riska Fitri Susanty	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
368	Rahmalia Hana Wardani	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
369	Khafifah Nurul Hidayah	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
370	Arisfa Khaerunnissa	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
371	Ferina Febriani	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
372	Ika Kumala Sari	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
373	SRI RAHAYU	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
374	Ryas Febi Vallentiana Putrie	Universitas Jendral Soedirman
375	Imelda valensya dewi	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
376	Asa auliya	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
377	Inayah dwi agustina	Universitas Harapan Bangsa
378	Irine krisma kusbretila	Universitas Harapan Bangsa
379	Veni Fitriani	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
380	Fifi Okti Awalinda	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
381	Ecca Arroyan Anindya Putri	Universitas Harapan Bangsa
382	Rahmah Inasiyyah	Universitas Harapan Bangsa
383	Andita Dekayanti	Universitas Jendral Soedirman
384	Ely	Universitas Harapan Bangsa
385	AZ ZAHRA DWI NUR ADIYA	Universitas Amikom Purwokerto
386	Nurul Hani	Universitas Amikom Purwokerto
387	SRI YUNITA	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
388	Herta Tri Wahyu	Universitas Amikom Purwokerto
389	Lia	Universitas Amikom Purwokerto
390	Dila Ayunindia	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
391	Nur Halimah	Universitas Amikom Purwokerto
392	Ika Yunianti	Universitas Amikom Purwokerto
393	Neni	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
394	Lusi	Universitas Jendral Soedirman
395	Dila alfina sari	Universitas Nahdlatul Ulama
396	Zahra Tika	Universitas Jendral Soedirman
397	Fahrana Dita	Universitas Jendral Soedirman
398	Gita Az Zahra	Universitas Amikom Purwokerto
399	Tiara Rakmani	Universitas Amikom Purwokerto
400	Farah Nabila Prastawa	Universitas Amikom Purwokerto

### Lampiran 5: Tabulasi Data

No	SIKAP							No	SIKAP						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	30	201	4	4	4	5	4	4	25
2	5	3	3	5	4	5	25	202	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	4	5	29	203	5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	3	3	3	19	204	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30	205	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30	206	4	4	4	5	3	5	25
7	5	5	5	5	5	5	30	207	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30	208	5	4	4	5	5	4	27
9	5	5	4	5	5	5	29	209	5	5	4	5	2	2	23
10	5	5	4	5	5	5	29	210	4	4	4	4	4	4	24
11	5	5	5	5	5	5	30	211	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30	212	5	5	4	5	4	4	27
13	5	4	4	4	5	5	27	213	5	5	3	5	3	4	25
14	5	5	5	5	5	5	30	214	4	3	3	4	4	5	23
15	4	5	5	5	5	5	29	215	5	3	3	5	5	3	24
16	5	5	5	5	5	5	30	216	4	4	3	5	1	2	19
17	5	5	4	5	4	4	27	217	3	3	3	3	3	3	18
18	5	5	5	5	5	5	30	218	5	5	5	5	4	5	29
19	5	5	4	5	4	4	27	219	5	4	4	4	4	4	25
20	4	4	4	4	4	4	24	220	4	4	3	3	3	3	20
21	5	5	5	5	5	5	30	221	4	4	3	5	5	5	26
22	5	5	5	5	5	5	30	222	3	4	4	5	3	4	23
23	4	5	5	5	5	5	29	223	4	4	4	4	4	3	23
24	5	5	5	5	5	5	30	224	5	5	5	5	5	5	30
25	3	3	3	4	5	4	22	225	4	5	4	5	2	3	23
26	5	4	4	5	4	4	26	226	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	4	5	5	5	28	227	5	5	5	5	3	5	28
28	5	5	4	5	5	5	29	228	3	3	3	3	3	5	20
29	3	5	3	4	3	5	23	229	1	1	1	3	1	1	8
30	4	5	4	4	4	5	26	230	4	5	5	5	4	4	27
31	5	5	5	5	5	5	30	231	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30	232	4	4	3	5	4	5	25
33	4	5	5	5	4	5	28	233	5	5	4	5	3	4	26
34	4	4	4	3	4	3	22	234	4	3	3	3	2	2	17
35	3	3	4	3	3	3	19	235	5	4	3	4	3	3	22
36	5	5	5	5	5	5	30	236	5	5	4	5	3	3	25
37	1	1	1	1	1	1	6	237	5	5	5	5	5	5	30

38	5	5	5	5	5	3	28	238	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	4	5	4	4	27	239	5	4	4	5	3	3	24
40	5	4	4	5	3	4	25	240	4	4	3	5	3	3	22
41	4	3	4	4	3	3	21	241	3	4	3	4	4	3	21
42	4	4	4	4	4	4	24	242	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30	243	4	3	3	4	2	2	18
44	5	3	3	4	3	5	23	244	3	3	2	3	2	2	15
45	5	5	5	5	5	5	30	245	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30	246	5	4	5	5	3	4	26
47	4	4	4	5	4	4	25	247	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	4	4	28	248	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	5	4	4	5	26	249	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30	250	4	3	4	5	2	5	23
51	5	5	5	5	5	5	30	251	4	4	4	4	4	4	24
52	3	3	4	4	4	3	21	252	5	5	5	5	4	5	29
53	4	4	4	5	3	5	25	253	4	4	4	5	4	4	25
54	4	4	5	5	4	4	26	254	4	4	3	4	3	4	22
55	5	5	5	5	5	5	30	255	3	5	4	5	5	5	27
56	5	5	5	5	5	5	30	256	5	5	4	5	5	5	29
57	5	5	5	5	5	5	30	257	5	5	5	5	5	5	30
58	5	4	4	3	4	4	24	258	5	4	3	4	3	3	22
59	5	4	4	5	4	4	26	259	4	5	4	5	4	4	26
60	5	5	5	4	4	5	28	260	5	5	5	5	5	5	30
61	5	2	2	5	2	3	19	261	4	4	4	4	3	3	22
62	4	5	4	5	5	5	28	262	3	5	5	4	5	5	27
63	5	5	5	5	5	5	30	263	4	5	5	5	5	5	29
64	5	5	5	5	5	5	30	264	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	4	4	28	265	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	5	5	5	30	266	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	5	3	4	24	267	4	4	4	4	4	4	24
68	5	5	5	5	5	5	30	268	4	3	3	4	3	3	20
69	5	5	4	5	2	4	25	269	5	5	5	5	5	5	30
70	5	4	4	4	4	4	25	270	5	5	5	5	5	3	28
71	4	4	5	5	5	5	28	271	5	4	4	3	5	5	26
72	4	4	4	3	3	4	22	272	5	5	5	4	4	4	27
73	5	5	5	5	5	5	30	273	4	5	5	5	5	5	29
74	5	5	4	4	4	4	26	274	5	5	5	5	3	2	25
75	5	5	5	5	5	5	30	275	5	5	5	5	5	5	30
76	4	4	4	5	4	4	25	276	4	3	4	4	3	4	22
77	4	5	5	5	5	4	28	277	4	4	4	5	5	5	27
78	5	5	5	5	4	4	28	278	5	4	5	5	5	5	29

79	5	5	4	5	5	5	29	279	4	3	3	3	3	3	19
80	5	4	3	5	5	5	27	280	4	4	4	4	4	4	24
81	5	5	5	5	5	5	30	281	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	4	4	3	23	282	5	4	4	5	4	4	26
83	5	5	5	5	5	5	30	283	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	5	5	5	30	284	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	4	5	5	4	28	285	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	4	5	5	5	29	286	5	5	5	5	4	3	27
87	5	5	5	5	5	5	30	287	5	5	5	5	5	5	30
88	5	4	4	4	4	4	25	288	3	4	5	5	3	5	25
89	4	3	3	5	4	4	23	289	5	3	3	5	4	4	24
90	4	4	3	3	2	3	19	290	5	5	5	5	3	5	28
91	5	5	5	5	5	5	30	291	3	4	4	5	5	4	25
92	5	5	5	5	4	5	29	292	4	3	4	4	3	4	22
93	5	5	5	5	4	5	29	293	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	3	4	3	3	21	294	3	4	2	3	3	3	18
95	5	4	4	4	4	4	25	295	3	5	5	5	5	5	28
96	5	5	5	5	5	5	30	296	1	1	1	2	2	2	9
97	5	5	5	5	5	5	30	297	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	30	298	5	5	5	5	5	5	30
99	5	5	4	5	5	5	29	299	5	5	5	5	3	3	26
100	5	4	5	5	5	5	29	300	4	4	4	4	4	4	24
101	5	5	5	5	5	5	30	301	4	3	3	3	4	3	20
102	4	4	4	4	4	4	24	302	5	5	5	5	5	5	30
103	5	5	5	5	5	5	30	303	5	4	4	5	4	4	26
104	5	4	5	5	5	5	29	304	4	4	4	4	4	4	24
105	5	5	5	5	5	5	30	305	4	4	4	5	4	5	26
106	5	5	5	5	5	5	30	306	5	5	5	5	5	5	30
107	5	5	5	5	5	5	30	307	5	5	5	5	5	5	30
108	5	5	5	5	5	5	30	308	3	3	3	3	3	5	20
109	4	1	2	5	4	4	20	309	5	5	5	5	5	5	30
110	5	5	5	5	5	5	30	310	5	5	5	5	5	4	29
111	5	5	5	5	5	5	30	311	5	4	4	5	5	5	28
112	4	3	3	5	5	5	25	312	5	5	4	5	5	5	29
113	5	4	4	5	5	3	26	313	5	4	4	5	5	4	27
114	5	5	5	5	4	4	28	314	5	5	5	5	5	5	30
115	5	4	4	4	4	4	25	315	4	4	4	4	2	2	20
116	5	3	3	5	4	2	22	316	5	5	5	5	5	5	30
117	5	3	3	5	5	4	25	317	5	5	5	5	5	5	30
118	5	5	5	5	5	5	30	318	5	5	5	5	5	5	30
119	5	5	5	5	5	5	30	319	4	5	5	4	5	5	28

120	5	4	5	5	5	5	29	320	5	4	4	5	4	4	26
121	5	4	4	5	4	4	26	321	5	5	5	5	5	5	30
122	5	5	5	5	5	5	30	322	4	4	4	4	4	4	24
123	5	5	5	5	5	5	30	323	4	4	4	4	4	4	24
124	5	4	4	4	3	4	24	324	4	4	4	4	4	4	24
125	5	5	5	5	4	5	29	325	4	4	4	4	3	4	23
126	5	5	5	5	5	5	30	326	4	4	4	4	4	4	24
127	5	5	5	1	5	5	26	327	4	3	3	4	3	3	20
128	5	3	3	5	2	3	21	328	4	4	4	4	4	4	24
129	3	5	4	4	3	3	22	329	5	5	4	5	5	5	29
130	5	4	4	5	4	5	27	330	3	3	3	3	3	3	18
131	5	4	5	5	5	5	29	331	5	5	5	5	5	5	30
132	5	4	4	5	4	5	27	332	5	5	5	5	5	3	28
133	5	5	5	5	4	5	29	333	4	4	5	5	5	4	27
134	5	5	5	5	5	5	30	334	5	5	5	5	5	5	30
135	5	5	4	5	4	4	27	335	5	5	5	5	5	5	30
136	4	4	4	4	4	4	24	336	5	5	5	5	5	5	30
137	5	5	5	5	5	5	30	337	5	4	5	5	5	4	28
138	5	5	3	5	3	3	24	338	5	5	5	5	5	5	30
139	5	5	5	5	5	5	30	339	5	5	5	5	4	4	28
140	5	5	5	5	5	5	30	340	5	5	5	4	4	5	28
141	3	4	5	4	3	4	23	341	4	5	5	5	5	5	29
142	5	5	4	5	4	4	27	342	5	5	5	5	5	5	30
143	4	4	4	5	4	4	25	343	4	4	3	4	3	4	22
144	5	3	3	3	2	3	19	344	5	5	5	5	3	3	26
145	3	3	3	3	3	4	19	345	5	4	4	5	4	2	24
146	5	5	5	5	5	5	30	346	4	4	4	4	4	4	24
147	5	5	5	5	5	5	30	347	5	5	5	5	5	5	30
148	5	5	5	5	5	5	30	348	5	5	4	5	5	5	29
149	4	5	5	4	3	4	25	349	4	4	4	5	4	3	24
150	5	4	5	5	5	5	29	350	2	3	3	2	4	3	17
151	5	5	5	5	5	5	30	351	5	5	5	5	5	5	30
152	3	5	5	5	4	4	26	352	4	4	5	5	4	4	26
153	5	3	2	4	5	5	24	353	5	4	4	4	4	4	25
154	5	5	5	5	5	5	30	354	5	3	5	5	5	5	28
155	4	5	4	4	4	5	26	355	5	4	4	5	4	4	26
156	4	4	3	4	4	3	22	356	5	4	5	5	4	4	27
157	5	4	4	4	2	4	23	357	5	5	5	5	5	5	30
158	4	4	4	5	3	5	25	358	3	4	3	4	4	4	22
159	5	5	5	5	5	5	30	359	4	4	4	4	4	4	24
160	4	4	4	4	4	4	24	360	5	5	3	5	5	5	28

161	5	5	5	5	5	5	30	361	5	4	4	3	3	3	22
162	4	5	5	5	5	5	29	362	5	4	4	5	5	5	28
163	5	4	4	4	4	4	25	363	4	5	4	5	4	5	27
164	4	5	5	5	5	5	29	364	4	4	4	4	5	4	25
165	5	5	5	5	5	5	30	365	4	4	4	5	5	4	26
166	4	4	2	5	2	4	21	366	5	5	5	5	5	4	29
167	5	4	4	5	5	5	28	367	5	4	4	5	4	4	26
168	5	4	5	5	5	5	29	368	5	5	5	5	5	5	30
169	5	3	4	5	4	4	25	369	5	5	5	4	4	4	27
170	5	3	4	5	3	3	23	370	5	5	5	5	5	5	30
171	5	5	5	5	5	5	30	371	5	5	4	5	4	4	27
172	5	5	5	5	5	5	30	372	5	5	5	5	5	5	30
173	4	2	4	3	2	2	17	373	5	4	5	5	4	4	27
174	4	4	4	4	4	4	24	374	5	5	5	5	5	5	30
175	5	5	5	5	5	5	30	375	4	5	5	5	4	4	27
176	5	5	5	5	5	4	29	376	5	5	5	5	5	5	30
177	5	5	5	5	5	5	30	377	5	5	5	5	5	5	30
178	5	3	3	3	3	3	20	378	1	1	2	1	2	2	9
179	5	5	5	5	5	5	30	379	5	4	4	5	4	5	27
180	5	5	5	5	5	5	30	380	5	5	5	5	5	5	30
181	5	5	5	5	5	5	30	381	5	5	5	5	5	5	30
182	5	5	5	5	5	5	30	382	5	4	4	4	4	4	25
183	5	5	5	5	5	5	30	383	4	4	4	5	4	4	25
184	5	5	5	5	5	5	30	384	5	5	5	5	5	5	30
185	5	5	5	5	5	5	30	385	5	5	4	5	3	3	25
186	4	4	3	4	5	3	23	386	5	5	5	5	5	5	30
187	4	5	5	5	5	5	29	387	5	5	5	5	5	5	30
188	3	5	5	5	5	5	28	388	3	5	3	5	2	3	21
189	5	5	5	5	5	5	30	389	5	5	5	5	4	5	29
190	5	4	5	5	5	5	29	390	4	4	4	4	4	4	24
191	3	4	4	4	4	4	23	391	5	4	4	5	4	4	26
192	3	5	4	5	5	4	26	392	5	4	4	5	4	4	26
193	5	5	5	5	5	5	30	393	5	5	5	5	5	5	30
194	5	5	5	5	5	4	29	394	5	4	4	4	3	3	23
195	5	2	2	5	5	5	24	395	4	4	4	4	4	3	23
196	5	5	5	5	5	5	30	396	5	4	4	5	4	4	26
197	3	4	4	5	4	2	22	397	4	4	4	5	4	4	25
198	5	5	5	5	5	5	30	398	5	4	4	4	4	4	25
199	5	4	4	5	5	4	27	399	5	4	4	4	4	4	25
200	5	5	5	5	5	5	30	400	5	5	5	5	5	5	30

No	NORMA SUBJEKTIF						No	NORMA SUBJEKTIF					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	4	4	5	5	5	23	201	4	2	4	2	2	14
2	5	3	5	5	5	23	202	4	4	5	4	5	22
3	5	5	5	5	5	25	203	4	4	5	4	4	21
4	3	4	4	4	4	19	204	4	4	4	4	4	20
5	5	1	1	1	1	9	205	4	4	4	5	5	22
6	5	5	5	5	5	25	206	3	4	3	4	4	18
7	4	5	5	5	5	24	207	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25	208	3	3	5	5	4	20
9	4	5	4	5	5	23	209	2	2	2	2	2	10
10	4	5	5	3	4	21	210	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	5	5	23	211	5	5	5	5	5	25
12	5	4	5	5	3	22	212	3	4	4	3	3	17
13	4	4	4	4	4	20	213	4	2	4	4	2	16
14	3	1	5	3	3	15	214	4	4	4	4	4	20
15	3	3	4	3	3	16	215	5	5	3	5	3	21
16	3	4	3	4	4	18	216	3	3	3	3	3	15
17	3	3	2	3	3	14	217	3	3	3	3	3	15
18	5	5	5	5	5	25	218	4	3	3	4	4	18
19	4	4	4	5	4	21	219	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20	220	2	2	2	3	2	11
21	4	4	4	5	4	21	221	5	5	5	4	4	23
22	5	5	5	5	5	25	222	4	4	3	3	3	17
23	3	2	3	4	4	16	223	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	5	4	21	224	3	4	1	3	3	14
25	3	3	2	2	2	12	225	4	4	5	4	4	21
26	4	4	5	5	4	22	226	3	5	5	5	5	23
27	5	5	5	4	5	24	227	5	5	5	5	5	25
28	4	3	4	2	3	16	228	1	1	1	5	2	10
29	4	3	4	4	4	19	229	1	1	1	1	1	5
30	4	4	4	5	4	21	230	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25	231	3	1	4	1	2	11
32	5	5	5	5	5	25	232	5	2	2	5	3	17
33	3	4	3	3	3	16	233	2	4	4	5	5	20
34	3	2	1	2	2	10	234	2	2	2	3	3	12
35	2	2	2	3	3	12	235	2	4	3	3	4	16
36	4	3	3	4	4	18	236	3	3	3	3	3	15
37	1	1	1	1	3	7	237	4	4	4	5	5	22
38	3	2	3	3	3	14	238	5	4	4	4	4	21
39	5	4	5	4	4	22	239	1	3	2	2	2	10

40	4	3	3	3	3	16	240	4	2	3	3	3	15
41	3	3	3	4	4	17	241	3	3	4	3	3	16
42	4	4	4	4	4	20	242	4	3	3	4	4	18
43	3	3	4	3	3	16	243	3	2	2	2	2	11
44	5	4	5	4	3	21	244	2	1	3	2	3	11
45	5	5	5	5	5	25	245	4	4	5	5	5	23
46	5	5	5	5	5	25	246	5	3	4	4	4	20
47	4	4	3	3	3	17	247	5	4	4	4	4	21
48	5	4	4	5	5	23	248	5	3	5	5	5	23
49	4	3	3	3	4	17	249	5	5	5	5	5	25
50	5	5	4	5	5	24	250	2	4	4	4	3	17
51	4	4	4	4	4	20	251	4	4	4	4	4	20
52	5	3	3	3	3	17	252	3	3	4	4	4	18
53	4	2	3	4	3	16	253	3	3	3	4	4	17
54	5	4	4	5	3	21	254	2	2	1	1	1	7
55	5	5	5	5	5	25	255	4	3	4	4	3	18
56	5	5	5	5	5	25	256	5	3	2	3	2	15
57	4	3	4	4	4	19	257	4	3	4	4	4	19
58	5	4	4	4	4	21	258	4	3	3	4	4	18
59	4	4	5	4	4	21	259	4	4	4	3	4	19
60	4	4	4	5	4	21	260	4	4	5	4	4	21
61	5	5	5	5	5	25	261	3	4	4	3	2	16
62	5	4	5	5	5	24	262	3	4	3	3	3	16
63	5	5	5	5	5	25	263	5	5	3	5	4	22
64	5	5	5	5	5	25	264	4	3	4	4	4	19
65	5	4	5	4	4	22	265	4	4	5	5	5	23
66	4	4	4	4	4	20	266	4	4	4	4	4	20
67	4	3	3	4	3	17	267	4	4	4	4	4	20
68	5	4	5	5	5	24	268	4	4	3	3	3	17
69	4	4	5	3	3	19	269	5	5	5	5	5	25
70	4	3	4	4	4	19	270	3	5	5	5	5	23
71	4	3	4	5	4	20	271	5	4	4	4	4	21
72	3	3	4	4	3	17	272	3	4	3	3	3	16
73	5	5	5	5	5	25	273	3	4	4	4	4	19
74	3	2	2	3	3	13	274	5	4	5	5	5	24
75	5	2	5	5	4	21	275	5	5	4	4	4	22
76	4	4	3	3	3	17	276	4	4	4	5	5	22
77	4	4	4	5	5	22	277	4	4	5	4	5	22
78	4	4	5	5	5	23	278	5	4	5	5	5	24
79	5	5	5	4	5	24	279	3	3	3	3	3	15
80	4	1	1	2	1	9	280	4	3	3	4	4	18

81	5	5	5	5	5	25	281	4	4	4	5	4	21
82	2	2	2	4	2	12	282	4	4	4	5	4	21
83	5	5	5	5	5	25	283	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25	284	5	2	3	5	4	19
85	5	5	5	5	5	25	285	5	5	5	5	5	25
86	4	4	4	4	4	20	286	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	5	5	25	287	4	3	5	5	4	21
88	1	2	1	1	3	8	288	3	5	3	4	4	19
89	4	3	3	4	4	18	289	2	2	4	4	3	15
90	3	3	3	3	3	15	290	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25	291	4	4	4	4	4	20
92	4	5	5	4	4	22	292	2	3	3	4	3	15
93	5	4	5	4	4	22	293	4	3	4	3	3	17
94	2	2	3	3	3	13	294	3	3	3	3	1	13
95	4	5	4	3	4	20	295	5	5	4	5	5	24
96	5	5	4	5	5	24	296	4	4	4	4	4	20
97	4	4	5	5	4	22	297	5	5	5	5	5	25
98	5	2	5	2	2	16	298	5	5	5	5	5	25
99	5	4	5	5	5	24	299	5	5	5	5	5	25
100	5	3	4	3	3	18	300	4	4	4	4	4	20
101	5	3	5	4	4	21	301	4	2	2	4	3	15
102	4	4	3	3	3	17	302	5	3	2	4	4	18
103	5	5	5	5	5	25	303	5	3	4	5	4	21
104	3	3	5	5	5	21	304	4	3	4	4	3	18
105	3	1	5	5	5	19	305	3	4	3	3	3	16
106	4	4	4	5	5	22	306	5	4	5	5	5	24
107	4	2	5	4	3	18	307	5	5	5	5	5	25
108	5	5	5	5	5	25	308	3	5	3	3	3	17
109	4	4	5	4	4	21	309	4	4	5	4	4	21
110	5	5	5	5	5	25	310	5	5	5	4	4	23
111	5	5	5	5	5	25	311	5	3	5	5	5	23
112	5	5	5	5	5	25	312	4	3	5	4	4	20
113	2	2	4	3	3	14	313	4	4	3	3	3	17
114	3	2	4	3	3	15	314	5	5	5	5	5	25
115	5	4	4	4	4	21	315	4	4	4	4	4	20
116	4	4	3	5	4	20	316	5	4	5	5	5	24
117	5	4	4	5	5	23	317	5	2	4	4	4	19
118	5	5	5	5	5	25	318	5	5	5	5	5	25
119	4	4	4	4	4	20	319	4	4	3	4	4	19
120	4	4	4	4	4	20	320	4	3	4	4	4	19
121	4	3	4	4	4	19	321	3	4	4	4	4	19

122	5	5	5	5	5	25	322	4	4	4	4	4	20
123	3	3	5	4	5	20	323	4	2	3	2	2	13
124	4	4	5	5	4	22	324	4	5	3	4	4	20
125	5	5	5	4	4	23	325	4	4	4	4	4	20
126	4	4	4	5	5	22	326	4	4	4	3	4	19
127	5	4	5	4	4	22	327	2	2	3	3	2	12
128	5	3	3	3	3	17	328	4	4	4	4	4	20
129	5	2	2	1	1	11	329	3	3	4	4	4	18
130	5	4	5	5	4	23	330	3	3	3	2	3	14
131	3	4	4	5	4	20	331	5	5	5	5	5	25
132	5	5	5	5	5	25	332	5	5	5	5	5	25
133	4	4	4	4	4	20	333	3	4	4	5	5	21
134	5	5	5	5	5	25	334	4	4	4	4	4	20
135	4	4	5	5	4	22	335	5	5	5	5	5	25
136	4	4	4	4	4	20	336	4	4	3	4	3	18
137	5	5	5	5	5	25	337	2	2	3	4	2	13
138	5	2	3	4	4	18	338	5	5	5	5	5	25
139	4	3	3	3	3	16	339	5	4	4	4	4	21
140	4	4	4	4	4	20	340	4	4	3	4	4	19
141	5	4	3	5	4	21	341	4	4	5	4	4	21
142	2	4	5	3	2	16	342	5	5	5	5	5	25
143	3	3	3	3	4	16	343	3	2	3	2	2	12
144	5	5	5	5	5	25	344	3	3	3	2	2	13
145	1	2	1	1	1	6	345	5	4	3	4	3	19
146	5	5	5	5	5	25	346	4	4	4	4	4	20
147	5	5	5	5	5	25	347	5	5	5	5	5	25
148	3	3	5	5	3	19	348	4	4	4	5	5	22
149	3	3	3	4	4	17	349	3	3	4	4	4	18
150	5	4	4	5	5	23	350	2	2	2	2	2	10
151	5	5	5	4	4	23	351	5	5	5	5	5	25
152	4	4	4	4	4	20	352	5	4	4	4	4	21
153	4	3	2	3	3	15	353	4	2	2	4	2	14
154	4	4	5	5	4	22	354	5	3	5	5	5	23
155	5	4	4	4	5	22	355	4	4	4	4	4	20
156	3	4	4	4	4	19	356	4	5	5	5	5	24
157	2	4	2	2	2	12	357	4	4	5	4	4	21
158	4	4	5	4	4	21	358	2	4	5	4	4	19
159	3	3	2	2	2	12	359	4	4	4	4	4	20
160	4	4	4	4	4	20	360	5	5	5	5	5	25
161	5	5	5	5	5	25	361	3	2	2	4	4	15
162	4	3	3	3	3	16	362	4	4	4	4	4	20

163	4	4	4	4	4	20	363	3	2	4	4	4	17
164	4	2	5	5	5	21	364	4	4	4	4	4	20
165	5	5	5	5	4	24	365	4	5	5	4	4	22
166	4	2	4	4	2	16	366	4	3	4	4	4	19
167	4	5	5	5	5	24	367	3	3	4	5	4	19
168	5	5	5	5	5	25	368	5	5	5	5	5	25
169	4	4	5	5	5	23	369	3	4	3	4	4	18
170	4	4	5	4	4	21	370	5	5	5	5	5	25
171	5	3	2	3	3	16	371	3	4	4	4	3	18
172	4	4	5	5	5	23	372	4	4	5	4	4	21
173	2	1	2	2	2	9	373	4	2	4	4	4	18
174	5	4	5	5	5	24	374	4	4	5	5	5	23
175	5	4	4	4	4	21	375	4	4	4	5	4	21
176	4	4	5	5	5	23	376	5	5	5	5	5	25
177	3	3	4	3	3	16	377	5	5	5	5	5	25
178	2	4	4	3	4	17	378	2	2	3	2	3	12
179	4	4	4	4	4	20	379	3	4	4	4	4	19
180	5	5	5	4	4	23	380	4	3	3	3	3	16
181	5	5	5	4	4	23	381	3	3	3	3	3	15
182	5	5	5	4	4	23	382	3	3	3	3	3	15
183	5	5	5	4	4	23	383	2	2	3	3	2	12
184	4	4	4	4	4	20	384	4	5	4	5	5	23
185	5	5	5	5	5	25	385	4	3	4	5	5	21
186	1	3	3	4	4	15	386	5	5	5	5	5	25
187	2	2	2	2	3	11	387	5	5	5	5	5	25
188	3	5	5	5	5	23	388	2	4	5	5	5	21
189	4	4	5	5	5	23	389	4	4	5	3	3	19
190	5	1	5	3	3	17	390	3	3	4	3	3	16
191	3	2	3	3	3	14	391	4	3	4	4	3	18
192	3	3	3	3	3	15	392	4	4	4	5	5	22
193	5	5	5	5	5	25	393	5	5	5	5	5	25
194	3	3	4	4	4	18	394	3	3	3	3	3	15
195	5	2	5	5	4	21	395	4	4	4	4	4	20
196	5	4	5	4	5	23	396	3	4	3	4	4	18
197	3	2	3	4	2	14	397	3	4	3	4	4	18
198	3	1	5	5	5	19	398	4	4	4	4	3	19
199	3	4	5	4	3	19	399	3	4	4	4	4	19
200	5	5	5	5	5	25	400	3	5	3	2	2	15

No	KONTROL PERILAKU							No	KONTROL PERILAKU						
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
1	5	4	5	5	3	4	26	201	4	4	2	4	4	4	22
2	5	5	4	3	5	5	27	202	5	4	4	5	4	5	27
3	5	5	5	5	5	5	30	203	4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	4	24	204	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	1	5	4	25	205	4	3	3	4	4	4	22
6	5	5	5	5	5	5	30	206	3	3	4	4	4	5	23
7	5	5	5	5	5	5	30	207	5	5	4	5	5	5	29
8	4	5	4	3	4	5	25	208	4	4	5	5	5	5	28
9	4	5	5	4	5	5	28	209	4	5	3	5	5	4	26
10	3	4	5	5	5	3	25	210	4	4	4	4	4	4	24
11	5	4	5	5	5	5	29	211	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30	212	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24	213	4	2	2	4	2	4	18
14	5	5	3	5	3	5	26	214	4	5	4	4	5	5	27
15	4	3	3	4	3	3	20	215	4	4	4	4	4	5	25
16	4	5	4	4	4	4	25	216	4	3	3	3	4	3	20
17	4	5	5	5	5	5	29	217	3	3	3	3	3	3	18
18	5	5	5	5	5	5	30	218	4	4	4	4	4	5	25
19	4	4	4	4	4	4	24	219	3	4	4	4	4	4	23
20	3	3	4	3	4	3	20	220	2	3	3	2	4	5	19
21	4	4	4	4	5	5	26	221	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	5	5	30	222	3	4	3	4	4	4	22
23	4	5	5	4	4	5	27	223	3	4	2	4	3	3	19
24	5	5	4	4	5	5	28	224	4	3	3	4	4	5	23
25	4	4	3	3	3	4	21	225	5	5	5	4	5	5	29
26	3	4	5	4	4	4	24	226	5	5	5	5	4	5	29
27	4	4	5	4	4	4	25	227	5	4	5	4	5	3	26
28	5	3	3	5	3	3	22	228	5	5	4	3	5	5	27
29	5	3	3	2	3	4	20	229	4	3	4	4	3	3	21
30	4	4	4	4	4	4	24	230	4	4	5	4	4	4	25
31	4	5	5	5	5	5	29	231	3	5	5	3	5	5	26
32	5	5	5	5	5	5	30	232	4	5	5	4	5	5	28
33	3	4	3	4	4	4	22	233	5	5	5	5	5	5	30
34	4	5	5	3	5	5	27	234	4	5	3	5	5	3	25
35	4	3	4	3	3	4	21	235	4	3	3	3	4	5	22
36	4	5	5	5	5	5	29	236	4	5	3	4	5	5	26
37	1	2	3	1	1	3	11	237	4	5	3	4	5	4	25
38	4	4	4	4	4	4	24	238	3	3	3	3	3	3	18
39	4	5	4	4	5	5	27	239	3	5	4	5	5	5	27

40	4	3	4	3	4	4	22	240	4	3	5	4	5	5	26
41	4	3	3	3	5	4	22	241	3	2	2	3	3	3	16
42	4	5	4	4	5	5	27	242	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30	243	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	4	4	3	5	22	244	3	3	3	3	3	3	18
45	5	5	5	5	5	5	30	245	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30	246	3	4	4	4	4	5	24
47	4	4	4	4	4	4	24	247	5	5	5	5	5	5	30
48	5	4	4	4	5	4	26	248	5	5	5	5	5	5	30
49	5	3	4	4	4	5	25	249	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30	250	4	4	3	2	4	4	21
51	4	4	4	4	4	4	24	251	4	4	4	4	4	4	24
52	4	5	4	3	5	5	26	252	3	4	4	4	4	4	23
53	4	4	3	4	4	4	23	253	3	4	4	4	4	5	24
54	5	4	3	3	4	5	24	254	2	2	1	3	3	3	14
55	5	5	5	5	5	5	30	255	4	5	4	4	4	5	26
56	4	4	4	4	5	4	25	256	3	2	2	4	2	2	15
57	3	4	4	5	4	4	24	257	5	4	4	5	4	4	26
58	4	4	4	4	4	4	24	258	5	4	5	4	4	4	26
59	4	5	5	4	5	5	28	259	4	5	4	4	5	5	27
60	4	4	3	4	4	4	23	260	5	5	4	4	4	4	26
61	5	5	4	3	5	5	27	261	3	3	3	3	3	4	19
62	4	5	4	4	4	5	26	262	3	4	4	4	4	5	24
63	5	5	5	5	5	5	30	263	4	4	4	3	5	5	25
64	5	5	4	5	5	5	29	264	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	4	4	4	4	26	265	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	4	4	5	5	26	266	4	4	4	4	4	4	24
67	3	4	4	4	3	4	22	267	4	4	4	4	4	4	24
68	4	5	5	5	5	5	29	268	3	4	2	4	5	5	23
69	5	5	4	5	5	5	29	269	5	5	5	5	5	5	30
70	4	3	3	3	3	4	20	270	4	4	4	4	5	5	26
71	4	5	5	4	5	5	28	271	5	5	5	4	5	5	29
72	3	4	4	4	4	4	23	272	3	4	3	3	3	4	20
73	5	5	5	5	5	5	30	273	5	4	3	5	4	4	25
74	4	4	4	4	4	5	25	274	5	4	3	4	3	4	23
75	5	5	5	5	5	5	30	275	3	3	3	4	4	4	21
76	3	4	3	3	4	5	22	276	4	4	5	4	5	5	27
77	5	5	5	5	5	5	30	277	4	4	4	4	4	4	24
78	4	3	3	4	4	2	20	278	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	5	4	5	5	29	279	4	4	4	3	4	4	23
80	5	5	4	5	5	2	26	280	2	3	3	2	3	4	17

81	5	5	5	5	5	5	30	281	5	4	5	5	5	4	28
82	4	3	5	5	3	3	23	282	3	5	4	4	4	4	24
83	5	5	5	5	5	5	30	283	4	5	5	5	5	5	29
84	5	5	5	5	5	5	30	284	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	4	5	5	5	29	285	5	5	3	5	5	5	28
86	4	4	4	4	4	5	25	286	3	3	3	4	4	4	21
87	5	5	4	5	5	5	29	287	5	4	4	4	3	4	24
88	2	3	2	2	3	4	16	288	3	3	3	3	3	3	18
89	4	5	4	5	5	5	28	289	3	2	3	2	3	3	16
90	4	4	4	4	4	3	23	290	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	4	5	4	28	291	4	5	4	4	4	4	25
92	4	4	4	5	5	5	27	292	4	3	3	3	3	3	19
93	4	5	4	4	5	5	27	293	4	3	4	3	3	3	20
94	3	4	4	3	3	4	21	294	2	2	1	3	5	4	17
95	4	3	4	3	4	4	22	295	4	5	4	4	5	4	26
96	5	5	4	3	4	4	25	296	4	4	4	4	4	2	22
97	4	4	4	4	4	4	24	297	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	30	298	5	5	5	5	5	5	30
99	5	5	5	5	5	5	30	299	5	3	3	5	5	4	25
100	4	5	4	5	5	5	28	300	3	3	3	3	3	3	18
101	4	5	4	4	5	5	27	301	4	4	4	4	4	5	25
102	4	3	4	4	4	4	23	302	4	4	4	4	4	4	24
103	5	5	5	5	5	5	30	303	4	3	3	3	4	4	21
104	4	5	5	5	5	5	29	304	4	3	3	4	4	4	22
105	5	5	3	5	5	4	27	305	4	4	4	4	3	3	22
106	5	5	5	5	5	5	30	306	5	5	5	5	5	5	30
107	4	5	4	5	4	5	27	307	5	5	5	5	5	5	30
108	5	5	5	5	5	5	30	308	5	4	2	2	3	3	19
109	4	5	3	4	5	5	26	309	4	4	3	4	4	4	23
110	5	5	4	4	4	4	26	310	5	5	4	4	4	4	26
111	3	5	3	3	3	3	20	311	4	5	5	5	5	5	29
112	5	5	3	3	5	4	25	312	5	4	4	4	4	5	26
113	3	3	4	3	3	4	20	313	4	4	3	3	4	4	22
114	4	4	4	4	5	4	25	314	5	5	5	5	5	5	30
115	4	4	4	4	4	4	24	315	3	4	3	4	4	4	22
116	3	4	3	3	4	4	21	316	4	5	5	4	5	5	28
117	4	4	5	4	4	4	25	317	5	5	4	3	4	4	25
118	4	5	5	4	5	5	28	318	4	5	5	5	5	5	29
119	5	5	5	5	5	4	29	319	4	4	3	4	4	4	23
120	4	4	5	4	4	4	25	320	5	5	5	4	5	5	29
121	4	3	3	3	4	4	21	321	3	4	5	4	4	4	24

122	5	5	5	4	4	5	28	322	4	4	4	4	4	4	24
123	3	5	5	5	5	5	28	323	3	4	4	4	3	5	23
124	4	4	2	4	4	4	22	324	3	4	4	4	4	4	23
125	5	4	4	3	4	5	25	325	3	4	4	4	4	4	23
126	4	5	4	4	5	5	27	326	4	3	3	3	4	3	20
127	5	4	4	5	5	5	28	327	4	3	4	4	4	4	23
128	4	5	3	5	4	5	26	328	4	3	4	4	4	4	23
129	5	5	4	5	3	5	27	329	5	5	3	5	5	5	28
130	4	4	4	4	5	5	26	330	3	3	3	3	3	3	18
131	5	4	4	4	4	5	26	331	5	5	5	5	5	5	30
132	4	4	4	4	4	4	24	332	2	4	4	5	4	5	24
133	3	5	5	5	5	5	28	333	4	5	5	4	4	5	27
134	5	5	5	5	5	5	30	334	4	4	4	4	4	3	23
135	5	5	4	4	5	5	28	335	5	5	5	5	5	5	30
136	4	4	4	4	4	4	24	336	4	4	4	5	4	4	25
137	5	5	5	5	5	5	30	337	4	4	3	4	3	4	22
138	5	4	4	4	3	5	25	338	5	3	4	5	5	5	27
139	5	5	5	5	5	5	30	339	4	5	5	5	5	5	29
140	4	4	3	4	3	3	21	340	5	4	4	4	4	4	25
141	4	4	5	5	4	4	26	341	3	4	4	3	4	4	22
142	3	5	3	4	2	5	22	342	5	5	5	5	5	5	30
143	2	4	4	5	4	4	23	343	4	5	3	3	4	4	23
144	5	4	3	4	4	4	24	344	3	4	3	3	4	5	22
145	2	5	2	2	3	5	19	345	4	4	5	4	5	5	27
146	4	5	5	5	5	5	29	346	4	4	3	4	4	4	23
147	5	5	5	5	5	5	30	347	5	5	5	5	5	5	30
148	5	5	5	5	5	5	30	348	4	4	5	4	4	4	25
149	3	4	4	5	3	3	22	349	4	3	4	4	4	3	22
150	4	5	5	4	5	5	28	350	2	4	3	1	2	3	15
151	4	4	4	4	4	5	25	351	5	5	5	5	5	5	30
152	3	4	3	4	5	5	24	352	4	4	5	4	5	5	27
153	4	5	4	4	4	5	26	353	4	5	4	4	5	5	27
154	4	4	4	5	3	3	23	354	2	5	2	5	5	5	24
155	4	3	4	4	5	4	24	355	4	4	4	4	4	4	24
156	3	4	4	4	4	4	23	356	4	5	4	4	5	5	27
157	3	5	3	4	4	5	24	357	4	4	4	3	4	4	23
158	3	4	5	3	4	3	22	358	3	3	4	4	3	3	20
159	5	4	4	5	3	4	25	359	4	4	2	4	4	4	22
160	4	4	4	4	4	4	24	360	5	5	5	5	5	5	30
161	5	5	5	5	5	5	30	361	3	3	3	3	3	4	19
162	4	4	4	4	4	4	24	362	4	4	4	4	4	4	24

163	3	5	4	4	4	5	25	363	5	4	4	3	4	4	24
164	4	3	2	4	5	5	23	364	4	4	4	4	4	4	24
165	5	5	5	5	5	5	30	365	5	5	5	4	4	5	28
166	2	4	4	4	4	4	22	366	3	4	4	3	4	4	22
167	5	5	5	5	5	5	30	367	4	5	4	4	5	4	26
168	4	5	5	5	5	5	29	368	5	5	5	5	5	5	30
169	4	4	4	4	5	5	26	369	4	4	5	4	5	4	26
170	4	4	4	4	4	5	25	370	5	5	5	5	5	5	30
171	4	4	3	3	4	4	22	371	5	3	4	4	4	4	24
172	4	5	2	4	4	4	23	372	4	5	4	4	4	4	25
173	2	4	4	3	3	3	19	373	4	5	5	4	4	5	27
174	3	4	2	3	4	4	20	374	4	5	4	5	4	5	27
175	5	5	5	5	5	5	30	375	4	5	4	3	5	5	26
176	5	4	5	5	5	5	29	376	5	5	5	5	5	5	30
177	3	4	3	3	4	4	21	377	5	5	5	5	5	5	30
178	3	3	5	3	2	2	18	378	2	2	2	2	2	2	12
179	4	4	4	4	4	4	24	379	4	4	4	4	4	4	24
180	5	4	3	3	3	4	22	380	3	3	3	3	3	3	18
181	5	4	3	3	3	4	22	381	3	4	4	4	4	4	23
182	5	4	3	3	3	4	22	382	3	4	4	3	4	4	22
183	5	4	3	3	3	4	22	383	4	4	4	4	3	4	23
184	4	4	4	4	4	4	24	384	4	5	5	5	5	5	29
185	5	5	5	5	5	4	29	385	4	5	4	4	5	5	27
186	2	3	2	5	3	5	20	386	4	4	3	5	4	4	24
187	3	4	4	5	4	5	25	387	5	5	5	5	5	5	30
188	3	3	3	3	3	3	18	388	1	5	3	2	5	5	21
189	5	5	5	5	5	5	30	389	2	4	5	5	5	5	26
190	5	5	5	3	5	5	28	390	4	4	4	4	4	4	24
191	4	4	3	3	3	3	20	391	5	3	3	5	4	4	24
192	4	4	4	4	4	5	25	392	4	4	4	5	5	5	27
193	5	5	4	4	5	4	27	393	5	5	5	5	5	5	30
194	3	5	4	4	4	5	25	394	4	3	4	5	4	3	23
195	5	5	3	3	5	5	26	395	4	4	4	4	4	4	24
196	5	4	3	4	5	5	26	396	4	4	4	4	5	4	25
197	4	4	3	3	4	4	22	397	4	5	4	4	4	4	25
198	5	5	5	5	5	5	30	398	4	5	3	4	5	5	26
199	4	5	4	5	5	5	28	399	4	5	4	4	4	4	25
200	5	5	5	5	5	5	30	400	2	5	2	4	3	3	19

No	MINAT PEMBELIAN								No	MINAT PEMBELIAN							
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTAL		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTAL
1	5	5	5	5	5	3	5	33	201	4	4	4	3	4	4	4	27
2	1	5	5	5	4	3	5	28	202	5	5	5	5	5	5	5	35
3	5	5	5	5	5	5	5	35	203	5	5	5	4	5	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	28	204	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35	205	5	5	5	5	5	5	5	35
6	5	5	5	5	5	5	5	35	206	4	4	4	3	3	4	4	26
7	5	5	5	5	5	5	5	35	207	5	5	5	5	5	1	5	31
8	5	5	5	5	4	5	5	34	208	5	4	4	3	3	5	5	29
9	5	5	5	5	5	4	5	34	209	4	5	4	3	2	2	5	25
10	5	5	5	5	4	1	5	30	210	4	4	4	4	4	4	4	28
11	5	5	5	5	5	5	5	35	211	5	5	5	5	5	5	5	35
12	5	5	2	5	3	5	5	30	212	4	4	4	4	3	3	4	26
13	4	4	4	4	4	4	4	28	213	4	4	4	3	4	2	4	25
14	5	5	5	4	2	2	5	28	214	4	4	4	4	4	4	5	29
15	4	5	4	3	3	3	5	27	215	4	5	3	4	1	1	5	23
16	5	5	4	3	4	4	5	30	216	3	4	3	4	3	4	4	25
17	5	5	5	5	4	5	5	34	217	3	3	3	3	3	3	3	21
18	5	5	5	5	5	5	5	35	218	4	5	4	5	3	3	5	29
19	4	5	4	5	4	4	4	30	219	3	4	4	4	4	4	4	27
20	4	4	4	4	4	4	4	28	220	3	3	3	4	2	3	4	22
21	4	4	4	5	5	4	4	30	221	4	4	4	4	4	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	5	35	222	4	4	4	4	3	3	4	26
23	3	4	2	1	1	2	4	17	223	3	3	3	4	3	3	4	23
24	4	5	4	4	4	4	5	30	224	3	4	5	3	5	4	4	28
25	3	3	3	4	3	5	3	24	225	5	5	5	4	2	4	5	30
26	4	4	2	4	4	3	5	26	226	4	5	5	3	3	3	5	28
27	5	5	4	4	4	5	5	32	227	2	5	5	5	5	5	5	32
28	4	2	4	4	2	3	4	23	228	1	1	2	5	2	5	2	18
29	4	4	4	5	4	4	4	29	229	2	2	1	1	1	5	2	14
30	4	4	4	4	4	4	4	28	230	4	4	4	5	4	4	5	30
31	5	5	5	5	5	5	5	35	231	4	3	3	3	3	3	3	22
32	5	5	5	5	5	5	5	35	232	4	5	5	3	4	3	4	28
33	4	4	4	5	4	4	4	29	233	5	5	5	5	1	4	5	30
34	3	3	3	4	3	4	3	23	234	3	4	2	3	2	5	4	23
35	4	4	4	3	4	3	4	26	235	4	4	4	4	3	3	3	25
36	5	5	4	4	3	4	5	30	236	4	3	3	4	3	3	4	24
37	1	1	1	1	1	3	1	9	237	5	5	5	5	5	4	5	34
38	4	4	4	3	3	4	4	26	238	3	3	3	3	4	4	4	24
39	5	5	4	4	4	4	5	31	239	4	5	5	5	5	5	5	34

40	4	4	4	3	3	3	3	24	240	4	5	4	5	4	4	4	30
41	4	3	4	5	3	3	4	26	241	2	4	4	5	1	1	4	21
42	4	4	5	5	3	3	4	28	242	4	5	5	5	4	3	5	31
43	5	5	3	5	3	3	5	29	243	3	3	3	3	2	2	4	20
44	4	5	5	4	5	5	5	33	244	3	2	3	5	1	1	3	18
45	5	5	5	5	5	5	5	35	245	5	5	4	5	5	5	5	34
46	5	5	5	5	5	5	5	35	246	5	5	5	4	3	4	5	31
47	5	5	5	4	4	2	5	30	247	5	5	5	5	4	4	4	32
48	5	5	5	4	5	5	5	34	248	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	4	4	5	3	3	3	27	249	5	5	5	5	5	5	5	35
50	5	5	5	5	5	5	5	35	250	4	2	4	4	2	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	4	28	251	4	4	4	4	4	4	4	28
52	3	3	3	3	3	5	5	25	252	4	5	4	3	4	3	5	28
53	4	2	3	4	3	3	4	23	253	4	4	4	4	4	3	4	27
54	5	4	5	5	5	3	5	32	254	3	3	3	4	4	4	3	24
55	5	5	5	5	5	5	5	35	255	5	5	5	5	5	4	5	34
56	2	5	5	4	4	4	4	28	256	5	5	5	4	4	3	5	31
57	3	5	4	5	4	4	4	29	257	5	5	5	5	5	5	5	35
58	4	4	4	4	4	4	4	28	258	5	3	4	4	3	2	4	25
59	4	5	5	4	5	4	4	31	259	4	5	4	4	4	3	5	29
60	5	5	5	5	5	5	5	35	260	5	5	5	5	4	4	4	32
61	5	5	4	5	3	2	5	29	261	2	5	4	4	2	2	3	22
62	5	5	4	4	4	4	5	31	262	5	5	5	5	3	3	5	31
63	5	5	5	5	5	5	5	35	263	5	5	5	5	4	4	5	33
64	5	5	5	5	5	5	5	35	264	5	5	5	5	4	4	5	33
65	4	4	4	4	4	4	5	29	265	5	5	5	5	5	5	5	35
66	4	5	5	5	5	5	5	34	266	4	4	4	4	4	4	4	28
67	3	4	4	4	3	4	4	26	267	4	4	4	4	4	4	4	28
68	5	5	5	4	5	5	5	34	268	4	4	3	3	3	2	3	22
69	4	5	5	5	4	2	5	30	269	5	5	5	5	5	1	5	31
70	4	2	4	4	3	4	4	25	270	5	4	4	4	5	5	5	32
71	4	4	5	4	5	3	5	30	271	5	5	5	5	4	4	5	33
72	4	4	4	4	3	3	4	26	272	3	4	4	3	4	3	4	25
73	5	5	5	5	5	5	5	35	273	5	5	5	5	5	3	5	33
74	4	4	4	4	4	4	4	28	274	5	5	4	4	3	3	5	29
75	5	5	5	5	3	2	5	30	275	4	4	5	4	4	4	5	30
76	4	4	3	4	3	5	4	27	276	5	4	4	5	5	4	4	31
77	5	5	5	4	5	4	5	33	277	4	5	5	4	4	4	5	31
78	4	5	4	5	5	4	5	32	278	5	5	5	5	5	5	5	35
79	5	5	5	5	5	5	5	35	279	3	3	3	3	3	3	3	21
80	4	4	3	2	2	1	5	21	280	4	4	4	4	3	4	4	27

81	5	5	5	5	5	5	5	35	281	4	5	5	5	5	3	5	32
82	4	4	4	5	3	5	4	29	282	4	5	5	4	4	4	4	30
83	5	5	5	5	5	5	5	35	283	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	5	5	5	5	5	5	35	284	1	5	1	5	5	4	5	26
85	5	5	5	4	4	5	5	33	285	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	5	4	4	4	3	5	30	286	4	4	4	4	3	4	4	27
87	5	5	5	4	4	5	5	33	287	4	5	4	5	3	4	5	30
88	4	3	2	4	5	5	3	26	288	5	5	4	5	5	4	5	33
89	5	5	5	4	3	4	4	30	289	3	4	4	4	1	1	4	21
90	3	3	3	3	3	2	3	20	290	5	5	5	5	5	3	5	33
91	5	5	5	5	5	5	5	35	291	4	4	5	4	4	4	4	29
92	5	5	5	5	4	5	5	34	292	3	3	3	3	3	3	3	21
93	5	5	3	5	5	3	5	31	293	3	3	3	4	3	4	4	24
94	3	3	3	3	3	3	3	21	294	2	1	3	3	3	2	2	16
95	4	4	4	4	5	5	4	30	295	4	4	5	3	4	4	4	28
96	5	5	5	5	5	4	5	34	296	4	4	4	4	4	4	4	28
97	4	5	5	5	4	5	5	33	297	5	5	5	5	5	5	5	35
98	5	5	5	5	5	5	5	35	298	5	5	5	5	5	5	5	35
99	1	1	1	4	4	1	5	17	299	5	5	5	5	5	5	5	35
100	5	5	5	5	5	5	5	35	300	4	4	4	4	4	4	4	28
101	4	4	5	4	4	3	5	29	301	4	4	4	2	2	2	5	23
102	4	4	4	4	5	5	5	31	302	4	4	4	2	3	3	5	25
103	5	5	5	5	5	5	5	35	303	5	5	5	4	3	2	4	28
104	5	5	5	5	4	3	5	32	304	3	4	4	3	3	4	4	25
105	1	5	5	5	4	3	5	28	305	4	4	4	3	3	2	4	24
106	5	5	5	5	4	4	5	33	306	5	5	5	5	5	5	5	35
107	5	5	5	5	5	4	5	34	307	5	5	5	5	5	5	5	35
108	5	5	5	4	4	5	5	33	308	3	3	3	5	5	5	5	29
109	4	4	4	5	3	1	5	26	309	4	5	5	4	4	3	4	29
110	5	5	5	5	5	5	5	35	310	5	5	5	5	4	4	5	33
111	3	3	3	3	3	3	3	21	311	5	5	5	5	3	4	5	32
112	5	3	4	5	3	5	5	30	312	4	4	5	4	4	4	5	30
113	3	3	3	3	3	3	3	21	313	4	5	4	4	4	4	4	29
114	4	5	4	4	4	4	4	29	314	5	5	5	5	5	5	5	35
115	5	4	4	4	4	4	4	29	315	4	4	4	4	4	4	4	28
116	3	3	2	3	3	3	3	20	316	5	5	5	4	5	5	5	34
117	5	5	3	3	4	3	5	28	317	4	3	5	5	4	5	5	31
118	5	5	5	5	4	4	5	33	318	5	5	5	5	5	4	5	34
119	5	5	5	5	5	4	5	34	319	4	5	5	5	5	5	5	34
120	3	5	5	4	4	4	5	30	320	4	4	4	4	3	3	5	27
121	4	5	4	3	3	3	5	27	321	4	4	5	4	2	2	5	26

122	5	5	5	5	5	3	5	33	322	4	4	4	4	4	4	4	28
123	5	5	4	3	3	5	5	30	323	4	4	3	4	3	3	5	26
124	5	5	5	3	3	3	4	28	324	3	5	5	5	5	5	5	33
125	5	4	5	4	3	4	5	30	325	4	5	4	4	4	4	4	29
126	5	5	5	4	4	4	5	32	326	3	3	4	3	3	3	4	23
127	5	5	5	5	4	5	5	34	327	3	3	3	3	3	5	4	24
128	4	4	5	5	5	4	5	32	328	4	4	4	4	4	4	4	28
129	5	5	5	5	5	3	5	33	329	5	5	5	5	3	3	4	30
130	4	5	4	4	4	3	5	29	330	3	3	3	3	3	3	3	21
131	5	4	5	4	4	4	5	31	331	5	5	5	5	5	5	5	35
132	4	4	4	5	5	5	5	32	332	5	5	5	5	4	4	5	33
133	5	5	5	5	4	4	5	33	333	3	3	3	4	4	4	4	25
134	5	5	5	5	5	5	5	35	334	5	4	5	5	4	5	5	33
135	5	5	4	4	4	5	5	32	335	5	5	5	5	5	5	5	35
136	4	4	4	4	4	2	4	26	336	4	5	4	4	4	4	5	30
137	5	5	5	5	5	5	5	35	337	4	5	4	4	3	3	5	28
138	3	5	4	5	3	5	5	30	338	5	5	5	5	5	5	5	35
139	5	5	5	5	4	4	5	33	339	5	4	5	5	5	3	5	32
140	4	4	4	4	4	4	5	29	340	4	4	4	4	4	4	4	28
141	5	4	5	4	4	4	3	29	341	4	5	5	5	5	5	5	34
142	5	3	5	3	3	3	5	27	342	5	5	5	5	5	5	5	35
143	5	5	4	3	3	4	5	29	343	4	4	4	3	3	4	4	26
144	5	5	4	5	4	4	5	32	344	4	4	3	2	3	2	3	21
145	2	2	2	2	2	2	2	14	345	5	5	3	3	3	3	5	27
146	4	5	5	5	4	2	5	30	346	4	4	3	4	4	4	4	27
147	5	5	5	5	5	5	5	35	347	5	5	5	5	4	5	5	34
148	5	5	5	4	5	4	5	33	348	5	5	5	5	5	5	5	35
149	4	4	3	3	4	5	5	28	349	4	4	4	3	3	3	4	25
150	2	5	5	5	5	2	4	28	350	1	1	2	2	1	4	2	13
151	5	5	5	5	4	5	5	34	351	5	5	5	5	5	5	5	35
152	4	4	4	4	4	4	4	28	352	5	5	4	5	4	4	5	32
153	4	5	4	4	3	5	4	29	353	5	4	4	5	2	4	5	29
154	5	5	5	4	3	2	5	29	354	5	5	5	1	2	5	5	28
155	4	4	4	4	4	5	4	29	355	5	5	4	5	4	4	4	31
156	4	4	4	4	3	3	4	26	356	5	5	5	5	5	5	5	35
157	4	3	4	4	3	2	5	25	357	4	4	4	4	3	5	4	28
158	4	4	4	4	4	4	4	28	358	4	3	3	4	3	4	3	24
159	4	5	5	4	5	5	5	33	359	4	4	4	5	4	4	4	29
160	5	4	4	4	4	4	4	29	360	5	5	5	5	5	5	5	35
161	5	5	5	5	4	5	5	34	361	3	4	4	4	3	4	3	25
162	4	4	4	4	4	4	4	28	362	4	4	4	4	4	4	4	28

163	4	4	4	4	5	3	5	29	363	4	4	4	4	4	4	5	29
164	5	5	5	4	3	2	5	29	364	4	4	4	4	4	3	4	27
165	5	5	5	5	5	5	5	35	365	5	4	4	5	5	5	5	33
166	4	5	4	4	3	3	4	27	366	3	4	4	3	4	4	4	26
167	5	5	5	5	5	5	5	35	367	5	4	5	4	3	5	4	30
168	5	5	5	5	5	5	5	35	368	5	5	5	5	5	5	5	35
169	4	5	4	5	4	4	5	31	369	5	5	4	5	5	5	5	34
170	4	4	5	5	5	5	5	33	370	5	5	5	5	5	5	5	35
171	3	3	4	4	4	4	4	26	371	5	4	4	5	4	4	4	30
172	4	5	5	5	4	4	5	32	372	5	5	5	4	4	5	5	33
173	3	3	3	3	3	3	3	21	373	5	4	3	4	3	4	5	28
174	4	5	5	5	4	4	5	32	374	5	5	5	5	4	5	5	34
175	5	5	5	5	5	5	5	35	375	4	4	5	3	3	3	4	26
176	5	5	5	4	4	4	5	32	376	5	5	5	5	5	5	5	35
177	5	5	5	4	4	4	5	32	377	5	5	5	5	5	5	5	35
178	3	3	3	3	3	3	3	21	378	2	2	5	5	5	5	5	29
179	4	4	4	4	3	3	4	26	379	4	4	5	4	4	4	4	29
180	5	5	5	5	5	3	5	33	380	4	4	5	5	3	5	4	30
181	5	5	5	5	5	3	5	33	381	5	5	5	5	3	3	3	29
182	5	5	5	5	5	3	5	33	382	4	3	4	3	4	4	4	26
183	5	5	5	5	5	3	5	33	383	3	4	3	4	2	3	3	22
184	5	5	5	5	5	5	5	35	384	5	5	5	5	5	5	5	35
185	3	5	5	5	5	5	5	33	385	4	5	5	5	5	3	5	32
186	4	5	5	3	2	2	5	26	386	4	5	5	5	5	3	5	32
187	4	5	5	5	5	5	5	34	387	5	5	5	5	5	5	5	35
188	5	5	5	5	5	5	5	35	388	5	5	3	5	3	5	5	31
189	5	5	5	5	5	3	5	33	389	5	5	5	5	5	5	5	35
190	1	5	5	5	2	2	5	25	390	4	4	4	3	3	3	4	25
191	4	4	4	4	4	4	4	28	391	3	4	4	4	4	4	4	27
192	4	5	5	5	4	5	5	33	392	5	5	5	4	5	5	5	34
193	4	5	5	5	5	5	5	34	393	5	5	5	5	5	5	5	35
194	5	5	5	5	3	3	5	31	394	3	3	4	4	3	4	3	24
195	1	5	2	5	5	5	5	28	395	4	4	4	4	4	4	4	28
196	5	5	5	5	3	3	5	31	396	4	5	4	4	4	3	4	28
197	4	4	4	4	3	4	5	28	397	4	4	5	4	5	4	5	31
198	5	5	5	5	5	4	5	34	398	3	4	4	4	4	4	4	27
199	4	4	5	4	3	5	4	29	399	3	4	4	4	4	4	5	28
200	5	5	5	5	5	5	5	35	400	3	5	5	3	3	3	3	25

## Lampiran 6: Hasil Uji Validitas

### UJI VALIDITAS

#### A. Sikap (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	.539**	.542**	.584**	.483**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X1.2	Pearson Correlation	.539**	1	.781**	.589**	.573**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X1.3	Pearson Correlation	.542**	.781**	1	.562**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X1.4	Pearson Correlation	.584**	.589**	.562**	1	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
X1.5	Pearson Correlation	.483**	.573**	.641**	.523**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400
X1.6	Pearson Correlation	.464**	.581**	.622**	.518**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
TOTAL	Pearson Correlation	.730**	.837**	.859**	.762**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400

#### B. Norma Subjektif (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	Pearson Correlation	1	.552**	.573**	.561**	.557**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X2.2	Pearson Correlation	.552**	1	.605**	.589**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X2.3	Pearson Correlation	.573**	.605**	1	.689**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X2.4	Pearson Correlation	.561**	.589**	.689**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
X2.5	Pearson Correlation	.557**	.670**	.724**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400
TOTAL	Pearson Correlation	.769**	.818**	.855**	.868**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### C. Kontrol Perilaku (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X3.1	Pearson Correlation	1	.457**	.463**	.461**	.467**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X3.2	Pearson Correlation	.457**	1	.533**	.471**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X3.3	Pearson Correlation	.463**	.533**	1	.524**	.542**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400
X3.4	Pearson Correlation	.461**	.471**	.524**	1	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400
X3.5	Pearson Correlation	.467**	.630**	.542**	.529**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400
X3.6	Pearson Correlation	.352**	.603**	.450**	.429**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
TOTAL	Pearson Correlation	.705**	.798**	.775**	.748**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400

### D. Minat Pembelian (Y)

		Correlations							TOTAL
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
Y1	Pearson Correlation	1	.590**	.586**	.403**	.412**	.289**	.559**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
Y2	Pearson Correlation	.590**	1	.662**	.494**	.484**	.244**	.684**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
Y3	Pearson Correlation	.586**	.662**	1	.533**	.518**	.267**	.583**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
Y4	Pearson Correlation	.403**	.494**	.533**	1	.576**	.341**	.522**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
Y5	Pearson Correlation	.412**	.484**	.518**	.576**	1	.514**	.508**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
Y6	Pearson Correlation	.289**	.244**	.267**	.341**	.514**	1	.273**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
Y7	Pearson Correlation	.559**	.684**	.583**	.522**	.508**	.273**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400
TOTAL	Pearson Correlation	.734**	.783**	.787**	.738**	.788**	.597**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 7: Hasil Uji Realibilitas

### UJI REALIBILITAS

#### A. Sikap (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.892	.893	6

#### B. Norma Subjektif (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.896	.897	5

#### C. Kontrol Perilaku (X3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.857	.859	6

#### D. Minat Pembelian (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.857	.865	7

## Lampiran 8: Hasil Uji Korelasi Rank Spearman

### UJI RANK SPEARMAN

#### A. Sikap (X1)

			SIKAP	MINAT BELI
Spearman's rho	SIKAP	Correlation Coefficient	1.000	.647**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	MINAT BELI	Correlation Coefficient	.647**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### B. Norma Subjektif (X2)

			NORMA SUBJEKTIF	MINAT BELI
Spearman's rho	NORMA SUBJEKTIF	Correlation Coefficient	1.000	.688**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	MINAT BELI	Correlation Coefficient	.688**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### C. Kontrol Perilaku (X3)

			KONTROL PERILAKU	MINAT BELI
Spearman's rho	KONTROL PERILAKU	Correlation Coefficient	1.000	.654**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	MINAT BELI	Correlation Coefficient	.654**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 9 : Hasil Uji Konkordansi Kendall's W

### UJI KONKORDANSI KENDALL'S W

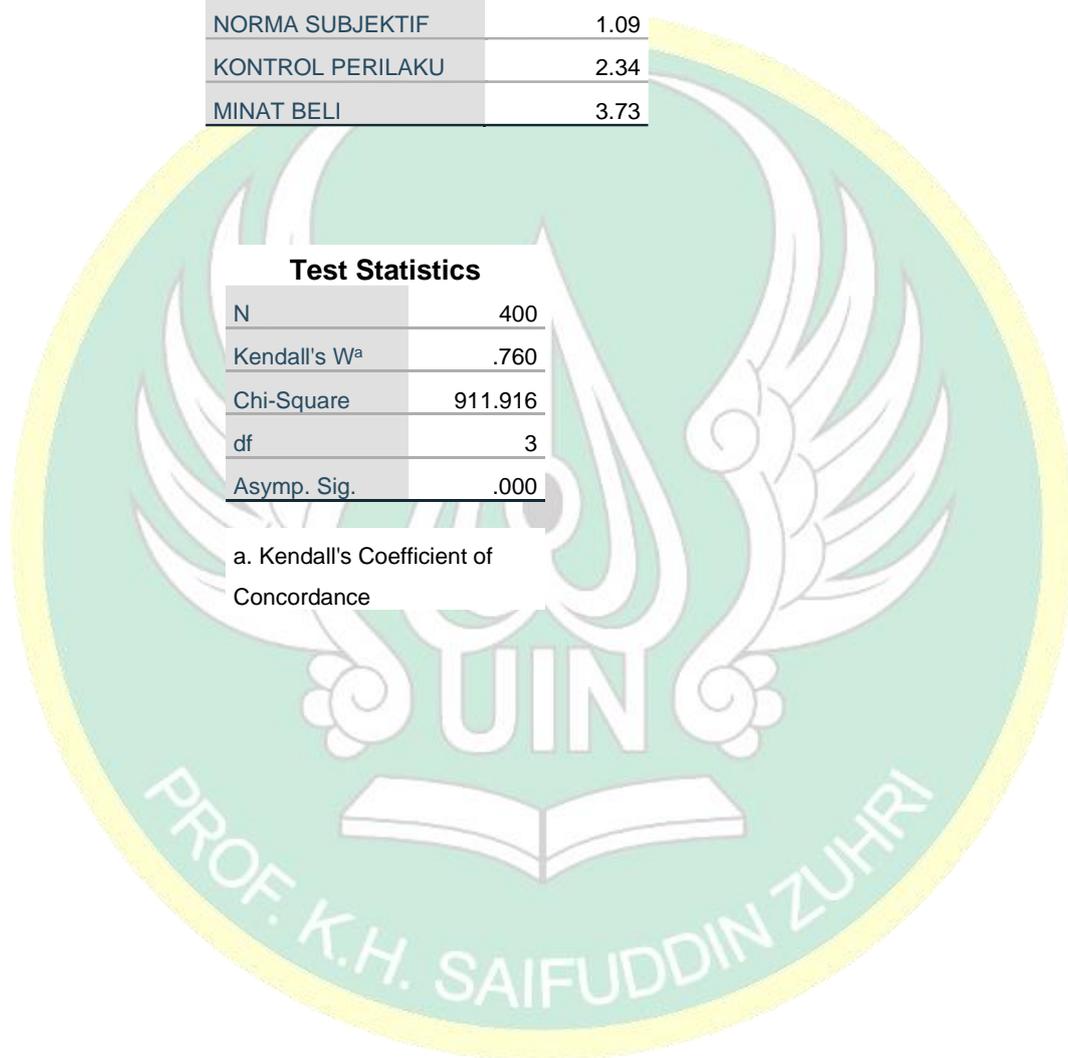
#### Ranks

	Mean Rank
SIKAP	2.84
NORMA SUBJEKTIF	1.09
KONTROL PERILAKU	2.34
MINAT BELI	3.73

#### Test Statistics

N	400
Kendall's W <sup>a</sup>	.760
Chi-Square	911.916
df	3
Asymp. Sig.	.000

a. Kendall's Coefficient of Concordance



## Lampiran 10: Hasil Uji Regresi Ordinal

### UJI REGRESI ORDINAL

#### A. Regresi Ordinal Parsial

##### 1. Hasil Uji Variabel Sikap dengan Minat Pembelian

#### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
SIKAP	RENDAH	53	13.3%
	SEDANG	210	52.5%
	TINGGI	137	34.3%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

#### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	162.743			
Final	23.827	138.916	2	.000

Link function: Logit.

#### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	2.123	2	.346
Deviance	2.115	2	.347

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	.293
Nagelkerke	.367
McFadden	.216

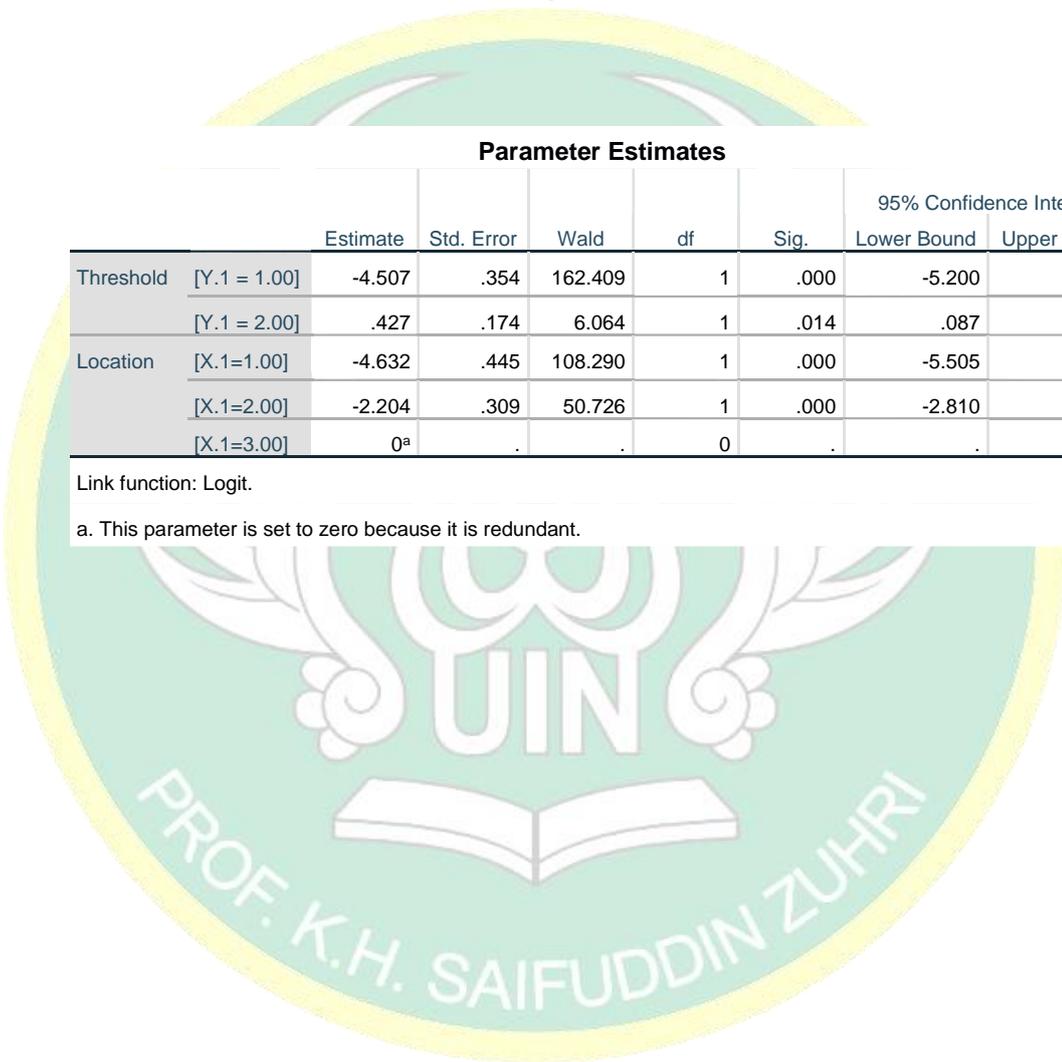
Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-4.507	.354	162.409	1	.000	-5.200	-3.814
	[Y.1 = 2.00]	.427	.174	6.064	1	.014	.087	.768
Location	[X.1=1.00]	-4.632	.445	108.290	1	.000	-5.505	-3.760
	[X.1=2.00]	-2.204	.309	50.726	1	.000	-2.810	-1.597
	[X.1=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.



## 2. Hasil Uji Variabel Norma Subjektif dengan Miant Pembelian

### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
NORMA SUBJEKTIF	RENDAH	65	16.3%
	SEDANG	250	62.5%
	TINGGI	85	21.3%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood			
	Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	207.658			
Final	28.439	179.219	2	.000

Link function: Logit.

### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	10.481	2	.005
Deviance	5.390	2	.068

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	.361
Nagelkerke	.452
McFadden	.279

Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-5.582	.390	204.782	1	.000	-6.346	-4.817
	[Y.1 = 2.00]	-.422	.222	3.625	1	.057	-.856	.012
Location	[X.2=1.00]	-5.470	.459	142.020	1	.000	-6.370	-4.570
	[X.2=2.00]	-3.032	.330	84.469	1	.000	-3.679	-2.385
	[X.2=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.



### 3. Hasil Uji Variabel Kontrol Perilaku dengan Minat Pembelian

#### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
KONTROL PERILAKU	RENDAH	45	11.3%
	SEDANG	264	66.0%
	TINGGI	91	22.8%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

#### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	183.612			
Final	24.170	159.442	2	.000

Link function: Logit.

#### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	2.243	2	.326
Deviance	1.569	2	.456

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	.329
Nagelkerke	.411
McFadden	.248

Link function: Logit.

### Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-5.221	.368	201.625	1	.000	-5.941	-4.500
	[Y.1 = 2.00]	-.278	.211	1.728	1	.189	-.692	.136
Location	[X.3=1.00]	-5.234	.470	123.993	1	.000	-6.156	-4.313
	[X.3=2.00]	-3.010	.327	84.837	1	.000	-3.650	-2.369
	[X.3=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.



## B. REGRESI ORDINAL SIMULTAN

### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
MINAT BELI	RENDAH	49	12.3%
	SEDANG	283	70.8%
	TINGGI	68	17.0%
SIKAP	RENDAH	53	13.3%
	SEDANG	210	52.5%
	TINGGI	137	34.3%
NORMA SUBJEKTIF	RENDAH	65	16.3%
	SEDANG	250	62.5%
	TINGGI	85	21.3%
KONTROL PERILAKU	RENDAH	45	11.3%
	SEDANG	264	66.0%
	TINGGI	91	22.8%
Valid		400	100.0%
Missing		0	
Total		400	

### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood			
	Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	346.475			
Final	89.406	257.068	6	.000

Link function: Logit.

### Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	167.756	36	.000
Deviance	37.392	36	.405

Link function: Logit.

### Pseudo R-Square

Cox and Snell	.474
Nagelkerke	.593
McFadden	.400

Link function: Logit.

### Parameter Estimates

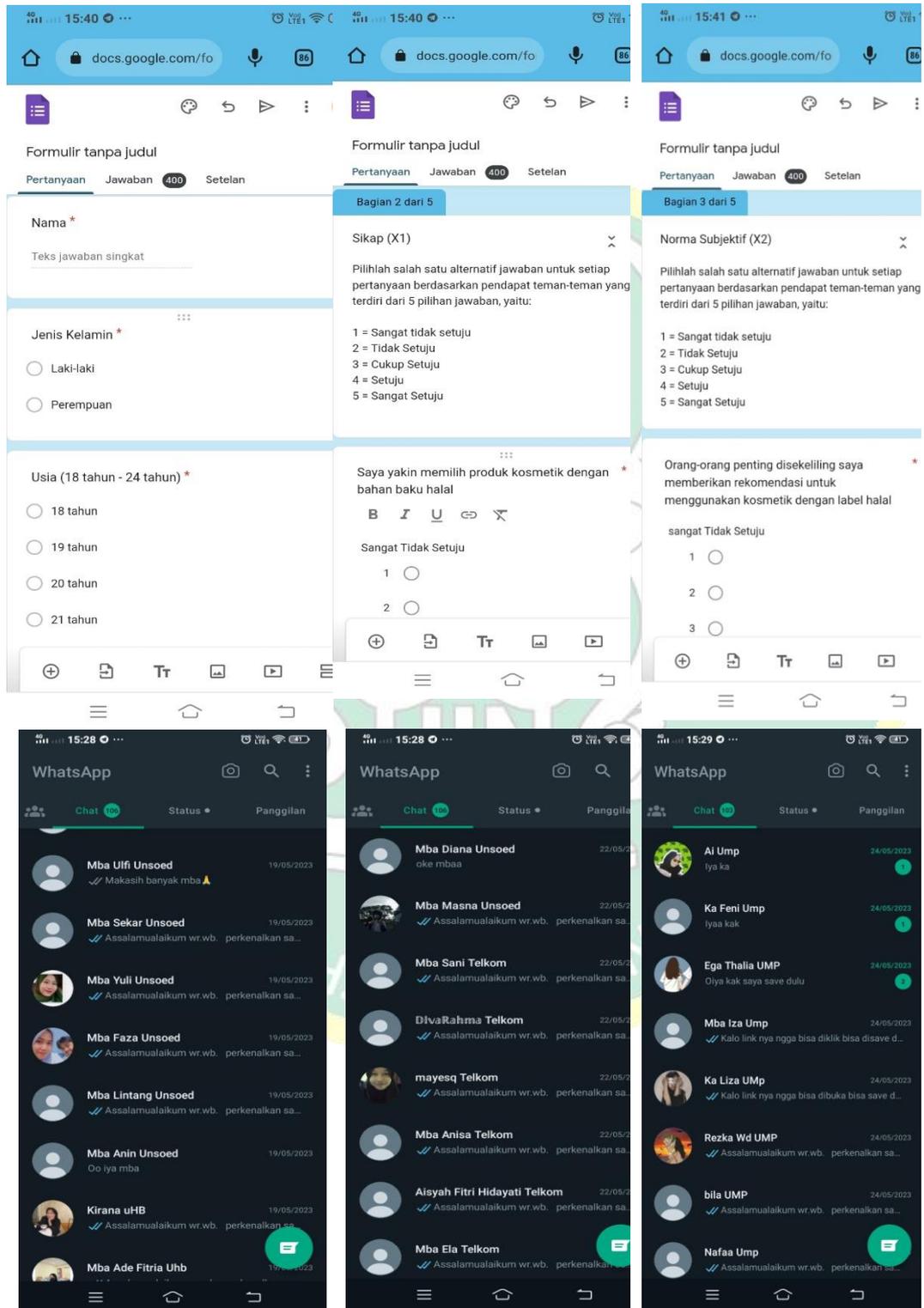
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y.1 = 1.00]	-7.331	.540	184.273	1	.000	-8.390	-6.273
	[Y.1 = 2.00]	-1.212	.282	18.516	1	.000	-1.763	-.660
Location	[X.1=1.00]	-2.589	.513	25.465	1	.000	-3.595	-1.584
	[X.1=2.00]	-.942	.360	6.831	1	.009	-1.649	-.236
	[X.1=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X.2=1.00]	-3.490	.534	42.655	1	.000	-4.537	-2.443
	[X.2=2.00]	-1.985	.376	27.866	1	.000	-2.722	-1.248
	[X.2=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
	[X.3=1.00]	-3.007	.565	28.291	1	.000	-4.115	-1.899
	[X.3=2.00]	-1.585	.388	16.696	1	.000	-2.346	-.825
	[X.3=3.00]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

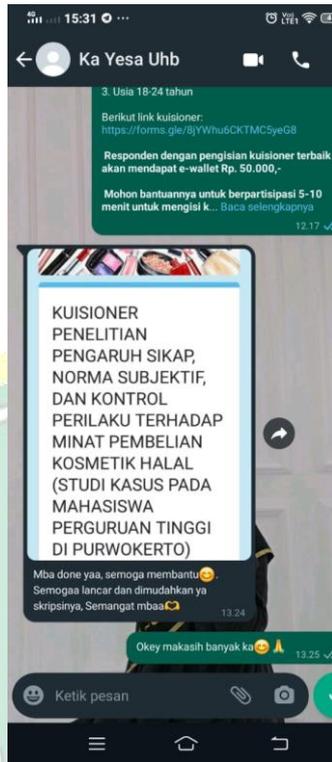
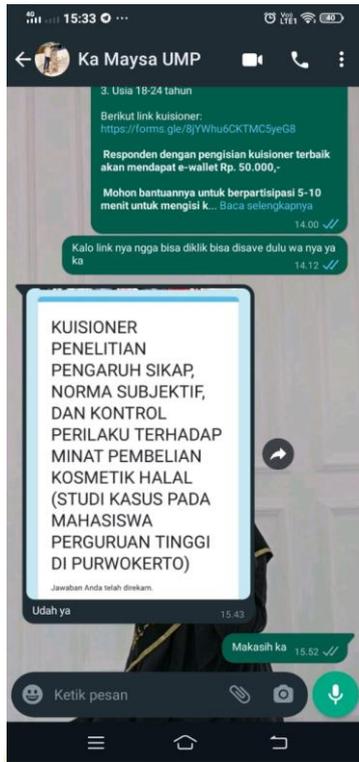
Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

## Lampiran 11: Bukti Penyebaran Kuisiонер





Penyebaran Kuisisioner di UIN Saizu Purwokerto



Penyebaran kuisisioner di Universitas Harapan Bangsa

Penebaran kuisisioner di Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Penyebaran Kuisisioner di Universitas Jendral soedirman



## Lampiran 12: 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: 647/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/2/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Laela Safitri  
NIM : 1917201269  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing Skripsi : Rahmini Hadi, S.E., M.Si  
Judul : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus: Santri Pondok Pesantren Al Amin Pabuaran, Pondok Pesantren Darul Abror dan Pesantren Mahasiswa An Najah Purwokerto Mitra UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

Pada tanggal 8 Februari 2023 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, 16 Februari 2023  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



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

## Lampiran 13: 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

### **SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 3079/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Laela Safitri

NIM : 1917201269

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 22 Juni 2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **77 / B+**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 23 Juni 2023  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



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

## Lampiran 14: Blangko Kartu Bimbingan


**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: febu.uinszu.ac.id

**BLANGKO/KARTU BIMBINGAN**

Nama : Laela Safitri  
 NIM : 1917201269  
 Prodi/semester : Ekonomi Syariah  
 Dosen Pembimbing : Hj. Rahmini Hadi, S.E., M.Si.  
 Judul Skripsi : PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL (Studi Kasus pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Purwokerto)

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Senin, 10 Oktober 2022	Revisi judul, objek penelitian lebih difokuskan lagi		
2	Selasa, 8 November 2022	Perbaikan penggunaan kutipan, diperkuat lagi data pada setiap variabelnya, dicari penemu pertama teori yang digunakan dalam penelitian		
3	Senin, 21 November 2022	Lebih banyak teori yang digunakan akan lebih baik		
4	Kamis, 1 Desember 2022	Spasi pada tabel 1,0		
5	Rabu, 14 Desember 2023	Penulisan daftar pustaka		
6	Selasa, 20 Desember 2023	ACC proposal		
7	Jumat, 19 Mei 2023	Perbaikan penggunaan kalimat pada kuisioner		


**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: febu.uinszu.ac.id

8.	Jumat, 9 Juni 2023	Penambahan data mahasiswa di purwokerto		
9.	Selasa, 13 Juni 2023	Melengkapi interpretasi data hasil penelitian		
10.	Rabu, 14 Juni 2023	Penggunaan kalimat yang tepat pada interpretasi hasil penelitian		
11.	Senin, 19 Juni 2023	Menyesuaikan antara teori dengan hasil penelitian		
12.	Senin, 26 Juni 2023	ACC Skripsi		

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;  
 \*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 26 Juni 2023  
 Pembimbing,  
  
**Hj. Rahmini Hadi, S.E., M.Si.**  
 NIP. 19701224 200501 2 001

## Lampiran 15: 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.ainpurwokerto.ac.id

---

**SERTIFIKAT**  
Nomor: In.17/UPT.MAJ/15887/21/2021

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

**NAMA : LAELA SAFITRI**  
**NIM : 1917201269**

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	:	96
# Tartil	:	78
# Imia'	:	86
# Praktek	:	76
# Nilai Tahfidz	:	82



Purwokerto, 21 Jun 2021

  
ValidationCode

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page1/1

## Lampiran 16: Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris


  
 MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA  
 STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
 LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT  
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية اندونيسيا  
 جامعة الاستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الاسلامية الحكومية بوروبرتو  
 الوحدة لتسمية اللغة

**CERTIFICATE**  
 الشهادة

No. B-1047Un.19/K.Bhs/PP.009/6/2023

LAELIA SAFFITRI  
 Ciacap, 23 Desember 2000  
 EPTUS  
 8 Juni 2023

منحت إلى  
 الاسم  
 محل وتاريخ الميلاد  
 وقد شارك/ت الاختبار  
 على أساس الكمبيوتر  
 التي قامت بها الوحدة لتسمية اللغة في التاريخ  
 مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي

This is to certify that  
 Name  
 Place and Date of Birth  
 Has taken  
 with Computer Based Test,  
 organized by Language Development Unit on  
 with obtained result as follows

Listening Comprehension: 47      فهم السموع  
 Structure and Written Expression: 55      فهم العبارات والتراكيب  
 Reading Comprehension: 60      فهم المقروء

The test was held in UIN Professor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.  
 The Head of Language Development Unit,  
 Purwokerto, 8 Juni 2023  
 رئيسة الوحدة لتسمية اللغة


  
 Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.  
 NIP. 19860704 201503 2 004





## Lampiran 18: 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. 0281-839524 Website: [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id) Purwokerto 53128



**IAIN PURWOKERTO**

---

**SKALA PENILAIAN**

SKOR	HURUF
96-100	A
91-95	A-
86-90	B+
81-85	B-
75-80	C

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	85 / B
Microsoft Excel	78 / C
Microsoft Power Point	79 / C

Diberikan Kepada:  
**LAELA SAFITRI**  
NIM: 1917201269

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 23 Desember 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.



  
  
Purwokerto, 03 Juli 2023  
Kepala UPT TIPD  
**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
NIP. 19801215 200501 1 003

## Lampiran 19: Sertifikat KKN (Kuliah Kerja Nyata)



# Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0104/K.LPPM/KKN.51/06/2023

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

Nama Mahasiswa :	<b>LAELA SAFITRI</b>
NIM :	<b>1917201269</b>
Fakultas :	<b>Ekonomi &amp; Bisnis Islam</b>
Program Studi :	<b>Ekonomi Syariah (ESY)</b>

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-51 Tahun 2023,  
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **A (90)**.



*Certificate Validation*

**Lampiran 20: Sertifikat PBM (Praktek Bisnis Mahasiswa)**

  
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 531726  
Telp. 0281-535624, Fax 0281-535533, Website: febi.uinsatzu.ac.id

---

**Sertifikat**

Nomor : 3306/Un.19/D.FEBI/PP.009/10/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Laela Saifri  
NIM : 1917201269

Dinyatakan Lulus dengan Nilai **84(A-)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2022.

Purwokerto, 3 Oktober 2022

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Kepala Laboratorium FEBI

  
**H. Sochimih, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 21: Sertifikat PPL (Praktek Pengalaman Lapangan)

  
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624, Fax: 0281-635633, Website: febi.unsai.ac.id

---

**Sertifikat**

Nomor : 3305/U.n.19/D.FEBI/PP.009/10/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Laela Safitri  
NIM : 1917201269

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2022 di :

**Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purbalingga**

Mulai Bulan Juli 2022 sampai dengan Agustus 2022 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai A. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munagasyah/Skripsi*.

Mengetahui,  
Purwokerto, 3 Oktober 2022

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium FEBI  
  
**H. Sochimilic, M.Si**  
NIP. 19691009 200312 1 001

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Laela Safitri
2. NIM : 1917201269
3. Tempat/ Tanggal lahir : Cilacap/ 23 Desember 2000
4. Alamat Rumah : Karanganyar Rt 02/04 Gandrungmangu Cilacap
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Ngadimin  
Nama Ibu : Nasiyati

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. Paud El Widan (2005-2007)
  - b. SD N Karanganyar 01 (2007-2013)
  - c. SMP N 1 Sidareja (2013-2016)
  - d. SMA N 1 Sidareja (2016-2019)
  - e. S1 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2019-sekarang)
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pesantren Mahasiswa An Najah Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

1. Divisi Media Forgen Kec. Gandrungmangu
2. DKR Kec. Sidareja
3. DA SMA N 1 Sidareja
4. Rohis SMA N 1 Sidareja
5. Anggota KSEI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Pengurus Pesantren Tahun 2022-2023
7. Divisi Interna Pos Kesehatan Pesantren
8. Sekretaris Najah Trans