

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Attitudes, Subjective Norms, and Perception of Behavior Control Towards the Intention of Purchasing Halal Cosmetics (A Case Study in Students of the Islamic Economics and Business Faculty of IAIN Tulungagung)" written by HerlinaRosianiSaputri, Student Registered Number 17401253056 Hj. AmaliaNurilHidayati, M. Sy.

The phenomenon of halal product trends in Indonesia is increasing, this shows a positive trend in the halal industry because the demand for halal products is also increasing, especially in halal cosmetic products, Indonesia itself is one of the countries with the largest Muslim population in the world, making Indonesia a potential market for cosmetic products halal and has an impact on increasing the intention to purchase halal cosmetic products. In which there are consumer behavior factors such as attitudes, subjective norms and perceptions of behavioral control in influencing the increased purchase intention of halal cosmetic products.

The formulation of the problems in this study is (1) Does the attitude have a significant influence on the intention to purchase halal cosmetics at FEBI IAIN Tulungagung students? (2) Do subjective norms have a significant influence on the intention to purchase halal cosmetics for FEBI IAIN Tulungagung students? (3) Does the perception of behavioral control have a significant influence on the intention to purchase halal cosmetics at FEBI IAIN Tulungagung students? (4) Do attitudes, subjective norms and perceptions of behavioral control simultaneously influence the intention to purchase halal cosmetics for FEBI IAIN Tulungagung students?

The approach used in this study is a quantitative approach with the type of associative research. The sampling technique uses the incidental sampling method with the number of samples taken by 98 respondents. Data sources used are primary data, measurements in this study using a Likert scale. The next stage, the results of the questionnaire are analyzed by multiple linear regression and the data have met the validity test, reliability test, and classical assumption test are processed to produce a regression equation.

From the results of the t test showing attitude variables, subjective norms and behavioral control perceptions have a significant positive influence on the intention to purchase halal products in FEBI IAIN Tulungagung students, while from the f test shows attitude variables, subjective norms and perceptions of behavioral control have a significant positive influence on the intention to purchase halal cosmetic products case study in FEBI IAIN Tulungagung students.

Keywords: attitudes, subjective norms, perceptions of behavioral control and intention to purchase

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kendali Perilaku Terhadap Intensi Membeli Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)” ini ditulis oleh Herlina Rosiani Saputri, NIM 17401253056 pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, M. Sy.

Fenomena tren produk halal di Indonesia semakin meningkat hal ini menunjukkan tren positif dalam industri halal karena permintaan produk halal juga meningkat khususnya dalam produk kosmetik halal, Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, menjadikan Indonesia sebagai pasar potensial bagi produk kosmetik halal dan berdampak pada meningkatnya intensi pembelian produk kosmetik halal. Dimana hal tersebut terdapat faktor-faktor perilaku konsumen seperti sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku dalam mempengaruhi meningkatnya Intensi pembelian produk kosmetik halal.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah sikap berpengaruh signifikan terhadap intensi membeli kosmetik halal pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung? (2) Apakah norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap intensi membeli kosmetik halal pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung? (3) Apakah persepsi kendali perilaku berpengaruh signifikan terhadap intensi membeli kosmetik halal pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung? (4) Apakah sikap, norma subjektif dan persepsi kendali perilaku berpengaruh secara simultan terhadap intensi membeli kosmetik halal pada mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung?

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif . teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sampling insident* dengan jumlah sampel yang diambil 98 responden. Sumber data yang digunakan adalah data primer, pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap selanjutnya, hasil kuesioner dianalisis dengan regresi linier berganda dan data-data telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi.

Dari hasil uji t menunjukkan variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap intensi membeli produk halal pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung , sedangkan dari uji f menunjukkan variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap intensi membeli produk kosmetik halal studi kasus pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Kata kunci : sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan Intensi membeli