

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Sampul Dalam.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Motto .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xvi</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xvii</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xviii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	14
G. Penegasan Istilah .....	15

H. Sistematika Skripsi.....	17
<b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	19
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
2. Bauran Pemasaran.....	20
3. Perilaku konsumen.....	22
B. Theory of Planned Behavior .....	25
C. Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	27
D. Norma Subjektif ( <i>Subjective Norm</i> ).....	29
E. Persepsi Kontrol Perilaku ( <i>Perceived Behavior Control</i> ).....	32
F. Intensi ( <i>Intension</i> ) .....	34
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
H. Kerangka Konseptual .....	43
I. Hipotesis Penelitian.....	44
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
1. Pendekatan Penelitian .....	45
2. Jenis Penelitian.....	45
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	46
1. Populasi Penelitian .....	46
2. Sampling Penelitian.....	46
3. Sampel Penelitian.....	46
C. Sumber Data, dan Skala Pengukuran .....	48

1. Sumber Data.....	48
2. Variabel Data.....	48
3. Skala Pengukuran Variabel .....	49
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	50
1. Teknik Pengumpulan Data .....	50
2. Instrumen Penelitian .....	51
E. Teknik Analisis Data .....	53
1. Instrumen Data .....	53
2. Uji Asumsi Klasik .....	54
3. Uji Liner Berganda.....	57
4. Uji Hipotesis.....	58

**BAB IV : HASIL PENELITIAN ..... 59**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
1. Sejarah Fakultas FEBI IAIN Tulungagung.....	59
2. Lokasi Fakultas FEBI IAIN Tulungagung .....	60
3. Visi dan Misi FEBI IAIN Tulungagung.....	60
4. Struktur Organisasi FEBI IAIN Tulungagung .....	63
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
1. Jurusan Responden.....	64
2. Tahun Angkatan Responden .....	65
3. Uang Saku Responden .....	65
4. Usia Responden.....	67
C. Deskripsi Data .....	69

D. Analisis Data .....	77
1. Uji Instrumen Data .....	77
a. Uji Validitas .....	77
b. Uji Reliabilitas .....	82
E. Uji Asumsi Klasik .....	85
1. Uji Normalitas Data .....	85
2. Uji Multikolinieritas .....	88
3. Uji Heteroskedastisitas .....	89
4. Uji Auto korelasi .....	91
F. Uji Hipotesis .....	92
1. Uji Koefisien Determinasi .....	92
2. Uji t ( Parsial) .....	93
3. Uji f ( Simultan) .....	95
G. Analisis Regresi Linier Berganda .....	95
<b>BAB V : PEMBAHASAN .....</b>	<b>98</b>
A. Pengaruh Sikap terhadap Intensi Membeli Kosmetik Halal pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung .....	98
B. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Intensi Pembelian Kosmetik Halal pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung ....	100
C. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Intensi Membeli Kosmetik Halal pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung .....	103

D. Pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kendali perilaku terhadap intensi membeli kosmetik halal pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung .....	105
<b>BAB VI : PENUTUP .....</b>	<b>107</b>
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	109

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

