

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Seiring dengan perkembangan dan peningkatan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, maka secara resmi berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 tanggal 6 Agustus 2013 Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung meningkat statusnya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Kemudian diresmikan oleh Menteri Agama RI yang bernama Bapak Suryadharma Ali, M.Sc., pada tanggal 28 Desember 2013 sekaligus pelantikan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Kemudian Perpres tersebut diturunkan menjadi Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 91 tahun 2013 yang menjelaskan bahwa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung memiliki 4 (empat) Fakultas, yaitu: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK),

¹Sejarah IAIN Tulungagung, <http://febi.iain-tulungagung.ac.id/fakultas/sejarah> ,di akses 28 April 2019

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) memiliki 6 (enam) program studi atau jurusan, yang terdiri dari:

- a. Perbankan Syariah (PS)
- b. Ekonomi Syariah (ES)
- c. Akuntansi Syariah (AKS)
- d. Manajemen Zakat dan Waqaf (MAZAWA)
- e. Manajemen Keuangan Syariah (MKS)
- f. Manajemen Bisnis Syariah (MBS)²

2. Lokasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Beralamat di Jalan Mayor Sujadi Timur No. 46, Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, Kode Pos 66221 Telp. (0355) 321513 Fax. (0355). Email :

febi.iaintulungagung@gmail.com. Web: <http://febi.iaintulungagung.ac.id>.

3. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Visi yang diusung oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung, adalah sebagai berikut:

² Sejarah IAIN Tulungagung, <http://febi.iain-tulungagung.ac.id/fakultas/sejarah>, di akses 28 April 2019

VISI :

“Terwujudnya Fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dengan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis riset dan pemberdayaan masyarakat pada tahun 2022”.

MISI :

Misi yang diemban Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung, adalah sebagai berikut :

- a. Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara professional dan bermutu.
- b. Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik yang kompetitif.
- c. Melaksanakan penelitian pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab problem ekonomi masyarakat.
- d. Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- e. Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional, maupun internasional yang mengarah pada penguatan sumber daya.
- f. Menggali dan mengembangkan potensi-potensi ekonomi kreatif masyarakat³

TUJUAN :

Tujuan Fakultas dan Bisnis Islam

³Visi dan Misi, <http://febi.iain-tulungagung.ac.id/fakultas/visi-misi-a-tujuan> di akses pada 28 April 2019

- a. Terselenggaranya tata kelola lembaga yang terkoordinasi, terstruktur, dan hirarkis dari masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggung jawab.
- b. Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis Islam yang kompetitif, jujur, adil, berjiwa entrepreneur yang kehidupan mampu menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.
- c. Terselenggaranya penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat.
- d. Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan masyarakat.
- e. Terselenggaranya kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah dan swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan professional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional, maupun internasional melalui program magang, praktek pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/kuliah tamu, dan rekrutmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.
- f. Tergalinya potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang mampu membuka pangsa pasar baru.⁴

⁴ *Ibid*,....

4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Tabel 4.1

Struktur Organisasi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung⁵

Dekan	Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.
Wakil Dekan Bidang Akademik	Dr. H. Mashudi, M.Pd.I
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan	Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni	Dr. Sutopo, M. Pd.
Ketua Jurusan Perbankan Syariah	Muhamad Aqim Adlan, S.Ag. , S.Pd. , M.E.I
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah	Muhammad Aswad, S.Ag. , MA
Ketua Jurusan Akutansi Syariah	Dr. Qomarul Huda, M.Ag
ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nur Aziz Muslim, M.H.I
ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy
Ketua Jurusan Manajemen Zakat Wakaf	Dyah Pravitasari, S.E, M.S.A
Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah	Refki Rusyadi
Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah	Suminto, M. Pd.I
Sekretaris Jurusan Akutansi Syariah	Dedi Suselo, MM.
Sekretaris Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I
Sekretaris Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Moh. Rois Abin
Sekretaris Jurusan Manajemen Zakat Wakaf	Ahmad Budiman
Kabag TU Fakultas - Kasubbag Administrasi dan Keuangan	Apriliyah, S.Kom
Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni	Drs. H. Miftahul Huda
Kepala Laboratorium	Siswahyudianto, S.Pd.I , M.M.
Laboran	Nurhadi Syaifudin Zuhri, S.E
Staf	Moch. Turmudi Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski, S.E Azizul Hanifah Hadi, S.Kom

⁵ Struktur organisasi FEBI, <http://febi.iain-tulungagung.ac.id/fakultas/struktur-organisasi>
di akses pada 28 April 2018

Sumber: Web FEBI IAIN Tulungagung, 2019

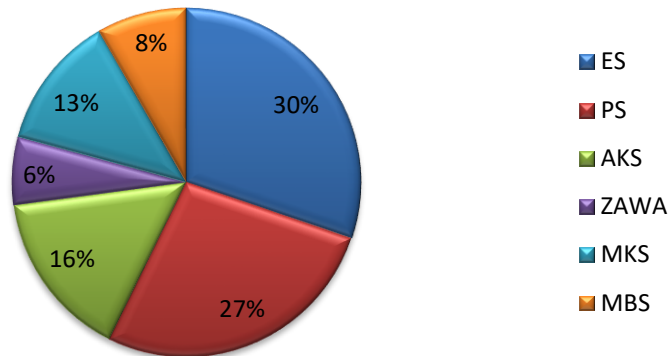
B. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. Responden yang dituju adalah responden mahasiswa FEBI dengan memberikan kuesioner ditempat penelitian yaitu di gedung Syaifudin Juhri dimana lokasi mahasiswa FEBI IAIN. Adapun bagian yang termuat dalam kuesioner yaitu bagian mengenai Identitas responden dan pertanyaan mengenai ketiga variabel independen yaitu pengaruh pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku dan variabel dependen yaitu terhadap keputusan pembelian kosmetik. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jurusan, angkatan, uang saaku, usia dan keseringan berbelanja kosmetik dalam perbulannya. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran objek penelitian tersebut satu persatu dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jurusan Responden

Adapun data yang diperoleh, responden berdasarkan jurusan mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung yang sebagian besar responden berasal dari jurusan Ekonomi Syariah yaitu sebesar responden.

Diagram 4.1
Diagram Lingkaran Jurusan



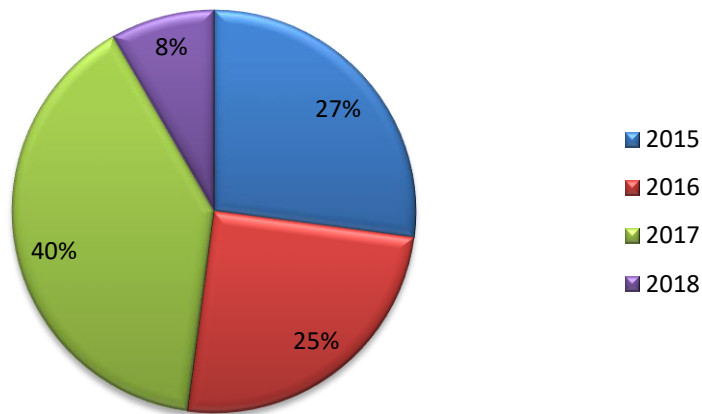
Sumber : Data primer yang telah diolah, 2019

Dari diagram 4.1 diatas diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berada di jurusan ES sebanyak 29 mahasiswa atau 30%, responden yang berada di jurusan PS sebanyak 26 mahasiswa atau 27%, di jurusan AKS sebanyak 15 mahasiswa atau 16% responden, pada jurusan ZAWA sebanyak 6 mahasiswi atau 6%, jurusan MKS sebanyak 12 mahasiswi atau 13% dan terakhir jurusan MBS responden mahasiswa sebanyak 8 atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden FEBI pada mahasiswa jurusan ES ekonomi syariah.

2. Tahun Angkatan Responden

Adapun data yang diperoleh, responden berdasarkan pada tahun angkatan mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung sebagian besar adalah responden pada tahun angkatan 2017.

Diagram. 4.2
Diagram Lingkaran Tahun Angkatan



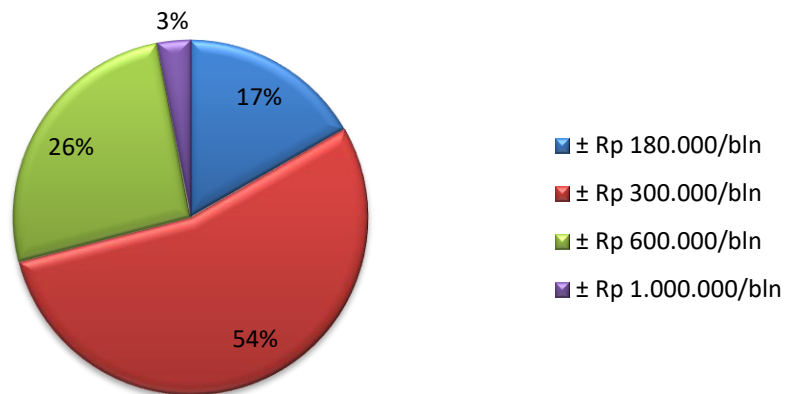
Sumber : Data primer yang telah diolah, 2019

Dari diagram 4.2 diatas diketahui bahwa 100 responden, jumlah responden pada tahun angkatan 2015 sebanyak 26 atau 27% responden mahasiswa, angkatan pada tahun 2016 sebanyak 24 responden atau 27% responden, pada angkatan tahun 2017 sebanyak 38 atau 40% responden dan terakhir pada tahun 2018 jumlah sebanyak 8 atau 8% responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden FEBI pada mahasiswa angkatan tahun 2017 yaitu sebesar 38 atau 38% responden.

3. Uang saku Responden

Adapun data yang diperoleh, banyak jumlah responden berdasarkan uang saku diperoleh mahasiswa FEBI didapat 52 atau 54% reponden yang jumlah uangsaku responden sebesar ± Rp 300.000,- /bulan .

Diagram 4.3
Diagram Lingkaran Uang saku



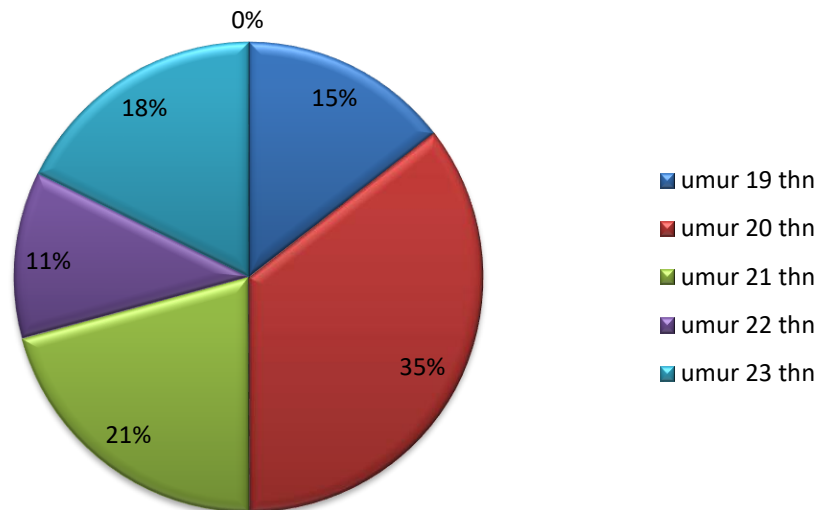
Sumber : Data primer yang telah diolah, 2019

Dari diagram 4.3 diatas diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah sebanyak 52 atau 54% reponden yang jumlah uangsaku responden sebesar ± Rp 300.000,- /bulan . berikutnya sebanyak 25 responden atau 26% responden yang mempunyai jumlah uang saku ± Rp 1.000.000,-/bulan, sebanyak 16 responden atau 16% responden mempunyai jumlah uang saku /bulan sebesar ± Rp. 180.000 dan jumlah uang saku ± Rp 1.000.000,- /bulan didapat 3 atau 3% responden. Hal ini menunjukkan jumlah responden yang paling banyak yaitu berjumlah 52 responden atau 54% responden yang mempunyai uang saku Rp 300.000,-/bln.

4. Usia Responden

Adapun data yang diperoleh, banyak jumlah responden berdasarkan usia mahasiswa FEBI didapat sebagian besar adalah responden yang berusia 20 tahun

Diagram 4.4
Diagram Lingkaran Usia

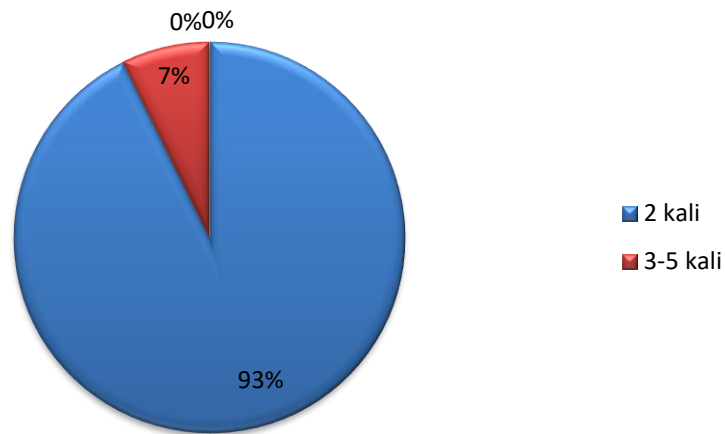


Sumber : Data primer yang telah diolah, 2019

Dari diagram 4.4 diatas diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berada di usia 19 tahun sebanyak 14 mahasiswa atau 14%, responden yang berada di usia 20 tahun sebanyak 34 mahasiswa atau 35%, di usia 21 tahun sebanyak 20 mahasiswa atau 20% responden, pada usia 22 tahun sebanyak 11 mahasiswa atau 17%, dan terakhir pada usia 23 tahun sebanyak 17 mahasiswa atau 17%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berumur atau berusia 20 tahun.

5. Berapa Kali Kebutuhan Responden Dalam Berbelanja Kosmetik Perbulan
Adapun data yang diperoleh, banyak jumlah responden berdasarkan berapa kali belanja kosmetik dalam sebulan mahasiswa FEBI didapat sebagian besar adalah 89 responden berbelanja kosmetik 2 kali dalam sebulan.

Diagram 4.5
Diagram Lingkaran Frekuensi Belanja dalam Sebulan



Sumber : Data primer yang telah diolah, 2019

Dari diagram 4.5 diatas diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang belanja kosmetik 2kali dalam sebulan ada sebanyak 89 atau 93%, dan belanja kosmetik 3-5kali dalam sebulan ada sebanyak 7 atau 7% responden. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden mahasiswa FEBI melakukan pembelian kosmetik 2 kali dalam sebulan.

C. Deskripsi Data

Setelah melakukan penelitian di lapangan dan data-data yang diperlukan dari berbagai sumber telah terkumpul, pada bab ini akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu. Data hasil penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden yang merupakan mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung

yang berjumlah 96 responden sesuai dengan jumlah hitung sampel. Data yang telah diperoleh dianalisis melalui analisis variabel-variabel independen berupa teknologi informasi, dan pelayanan *customer service* terhadap variabel dependen Intensi Pembelian. Perhitungan tersebut dilakukan menggunakan program *IBM SPSS Statistic 25.0*. Berikut deskripsi statistic berdasarkan data yang telah diolah dengan *IBM SPSS Statistic 25.0*.

1. Deskripsi Data

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi kuesioner penelitian untuk masing-masing item pertanyaan dari variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian kosmetik halal sebagai variabel terikat. Berikut ini adalah tabel hasil dari tiap-tiap item pertanyaan variabel sikap (X_1).

Tabel 4.2
Data Deskripsi Variabel Sikap (X_1)

Item	SS		S		N		TS		STS	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X ₁₁	59	53,1%	33	34,3%	4	4,1%	0	0%	0	0%
X ₁₂	67	69,7%	28	29,1%	1	1%	0	0%	0	0%
X ₁₃	64	66,6%	28	29,1%	4	4,1%	0	0%	0	0%
X ₁₄	64	66,6%	27	28,1%	5	5,2%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa variabel Sikap (X_1), pada item (X_{11}) dengan indikator komponen afektif yaitu sikap mendukung pembelian kosmetik halal karena lebih berkualitas mendapatkan respon sebanyak 59 responden atau (53,1%) menyatakan

sangat setuju, 33 responden atau (34,3%) menyatakan setuju, dan 4 responden atau (4,1%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan sangat setuju mendukung pembelian kosmetik halal karena lebih berkualitas.

Pada item (X_{12}) dengan indikator komponen kognitif yaitu sikap mendukung pembelian kosmetik halal karena terjamin kehalalannya dengan sesuai syariat Islam mendapatkan respon sebanyak 67 responden atau (69,7%) menyatakan sangat setuju, 28 responden atau (29,1%) menyatakan setuju, dan 1 responden atau (1%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan sangat setuju sikap mendukung pembelian kosmetik halal karena terjamin kehalalannya dengan sesuai syariat Islam.

Pada item (X_{13}) dengan indikator kognitif yaitu sikap membeli kosmetik halal karena lebih aman mendapatkan respon sebanyak 64 responden atau (66,6%) menyatakan sangat setuju, 28 responden atau (29,1%) menyatakan setuju, dan 4 responden atau (4,1%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan sangat setuju sikap membeli kosmetik halal karena lebih aman.

Pada item (X_{14}) dengan indikator konatif, yaitu sikap lebih senang membeli produk kosmetik halal daripada membeli kosmetik non halal mendapatkan respon sebanyak 64 responden atau (66,6%) menyatakan sangat setuju, 27 responden atau (28,1%) menyatakan

setuju, dan 5 responden atau (5,2%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan sangat setuju sikap lebih senang membeli produk kosmetik halal daripada membeli kosmetik non halal.

Tabel 4.3
Variabel Jumlah Norma Subjektif (X₂)

Item	SS		S		N		TS		STS	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X ₂₁	40	41,6%	42	43,7%	14	14,5%	0	0%	0	0%
X ₂₂	47	48,9%	39	40,6%	10	10,4%	0	0%	0	0%
X ₂₃	34	35,4%	46	47,9%	16	16,6%	0	0%	0	0%
X ₂₄	22	22,9%	48	50%	26	27,0%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa variabel Norma Subjektif (X₂), pada item (X₂₁) dengan indikator normatif belief dan *Motivation to comply* yaitu norma subjektif yaitu terhadap pengaruh pendapat keluarga terhadap sebaiknya membeli produk kosmetik halal karena terjamin kandungannya mendapatkan respon sebanyak 40 responden atau (41,6%) menyatakan sangat setuju, 42 responden atau (43,7%) menyatakan setuju, dan 14 responden atau (14,5%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju ada dorongan norma subjektif atau pengaruh keluarga terhadap yang sebaiknya membeli produk kosmetik halal karena terjamin kandungannya.

Pada item (X₂2) dengan indikator normatif belief dan *Motivation to comply*, yaitu norma subjektif terhadap pengaruh teman peduli dengan saran atau nasihat keluarga akan membeli produk kosmetik halal mendapatkan respon sebanyak 47 responden atau (48,9%) menyatakan sangat setuju, 39 responden atau (40,6%) menyatakan setuju, dan 10 responden atau (10,4%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan sangat setuju terhadap norma subjektif peduli dengan saran atau nasihat keluarga akan membeli produk kosmetik halal.

Pada item (X₂3) dengan indikator normatif belief dan *Motivation to comply* yaitu norma subjektif peduli akan saran teman yang menyarankan membeli kosmetik halal mendapatkan respon sebanyak 34 responden atau (35,4%) menyatakan sangat setuju, 46 responden atau (47,9%) menyatakan setuju, dan 16 responden atau (16,6%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju adanya dorongan motivasi peduli akan saran teman yang menyarankan membeli kosmetik halal.

Pada item (X₂4) dengan indikator normatif belief dan *Motivation to comply* yaitu norma subjektif yaitu pengaruh teman yang banyak menggunakan produk kosmetik halal mendapatkan respon sebanyak 22 responden (22,9%) menyatakan sangat setuju, 48 responden atau (50%) menyatakan setuju, dan 26 responden atau (27,0%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI

menyatakan setuju terhadap pengaruh teman yang banyak menggunakan produk kosmetik halal.

Tabel 4.4
Persepsi Kontrol Perilaku (X₃)

Item	SS		S		R		TS		STS	
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%
X ₃₁	33	34,3%	50	52,0%	13	13,5%	0	0%	0	0%
X ₃₂	46	47,9%	47	48,9%	3	3,1%	0	0%	0	0%
X ₃₃	40	41,6%	43	44,7%	13	13,5%	0	0%	0	0%
X ₃₄	32	33,3%	32	33,3%	12	12,5%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa variabel persepsi kontrol perilaku (x₃), pada item (X₃₁) dengan kekuatan kontrol (*power of factor*), yaitu Norma persepsi kontrol perilaku mudah untuk mendapatkan produk kosmetik halal dengan kemasan berlabel halal MUI di daerah tempat tinggal, mendapatkan respon sebanyak 33 responden (34,3%) menyatakan sangat setuju, 50 responden atau (52,0%) menyatakan setuju, dan 13 responden atau (13,5%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju dan beranggapan mudah untuk mendapatkan produk kosmetik halal dengan kemasan berlabel halal MUI di daerah tempat tinggal.

Pada item (X₃₂) dengan indikator keyakinan kontrol (*control beliefs*) yaitu persepsi kontrol perilaku merasa aman dan tenang apabila memakai produk kosmetik halal mendapatkan respon sebanyak 46 responden atau (47,9%) menyatakan sangat setuju, 47 responden atau

(48,9%) menyatakan setuju, dan 3 responden atau (3,1%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan lebih merasa aman dan tenang apabila memakai produk kosmetik halal.

Pada item (X₃₃) dengan indikator kekuatan kontrol (*power of factor*, yaitu persepsi kontrol perilaku merasa punya cukup waktu untuk memperhatikan dengan cermat produk-produk kosmetik halal yang terdapat label halal MUI dikarenakan penting mendapatkan respon sebanyak 40 responden atau (41,6%) menyatakan sangat setuju, 43 responden atau (44,7%) menyatakan setuju, dan 13 responden atau (13,5%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju karena merasa punya cukup waktu untuk memperhatikan dengan cermat produk-produk kosmetik halal yang terdapat label halal MUI dikarenakan penting.

Pada item (X₃₄) dengan indikator keyakinan kontrol (*control beliefs*) yaitu mampu membeli kosmetik halal dengan harga atau tempat yang disediakan mendapatkan respon sebanyak 40 responden atau (41,6%) menyatakan sangat setuju, 43 responden atau (44,7%) menyatakan setuju, dan 13 responden atau (13,5%) menyatakan netral. Sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju mampu membeli kosmetik halal dengan harga atau tempat yang disediakan.

Tabel 4.5
Data Deskripsi Intensi Pembelian (Y)

Item	SS		S		R		TS		STS	
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%
Y1	12	12,5%	47	48,9%	37	38,5%	0	0%	0	0%
Y2	37	38,5%	56	58,3%	3	3,1%	0	0%	0	0%
Y3	39	40,6%	53	55,2%	4	4,1%	0	0%	0	0%
Y4	42	43,7%	49	51,0%	5	5,2%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa variabel Intensi pembelian produk kosmetik halal (x_4), pada item (X_{41}) yaitu bersedia membayar tinggi untuk membeli kosmetik halal, mendapatkan respon sebanyak 12 responden atau (12,5%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (48,9%) menyatakan setuju, dan 37 responden atau (38,5%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju mampu bersedia membayar tinggi untuk membeli kosmetik halal

Pada item (X_{42}) yaitu mempunyai rencana untuk membeli kosmetik halal, mendapatkan respon sebanyak 37 responden atau (38,5%) menyatakan sangat setuju, 56 responden atau (58,3%) menyatakan setuju, dan 3 responden atau (3,1%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju terhadap rencana untuk membeli kosmetik halal.

Pada item (X_{43}) yaitu tindakan konsumen akan lebih sering menggunakan produk kosmetik halal., mendapatkan respon sebanyak 39 responden atau (40,6,5%) menyatakan sangat setuju, 53 responden

atau (55,2%) menyatakan setuju, dan 4 responden atau (4,1%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju akan lebih sering menggunakan produk kosmetik halal.,

Pada item (X₄₄) yaitu tindakan konsumen akan akan selalu menggunakan produk kosmetik halal mendapatkan respon sebanyak 42 responden atau (43,7%) menyatakan sangat setuju, 49 responden atau (51,0%) menyatakan setuju, dan 5 responden atau (5,2%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden mahasiswa FEBI menyatakan setuju akan lebih sering menggunakan produk kosmetik halal.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Istrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.⁶ Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 96 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat

⁶Husein Umar, *Research Methods in Finance*,....., hal. 135.

diketahui besarnya r_{tabel} adalah sebesar 0,2006 ($df = n - 2 = 96 - 2 = 94$) dengan taraf signifikansi (α) yaitu sebesar 5 %.

Berikut adalah hasil dari pengujian validasi pada masing-masing butir kuesioner yang disebar pada Mahasiswi FEBI IAIN Tulungagung.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Sikap (X1)

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Sikap (X1)	X1.1	0,769	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X1.2	0,741	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X1.3	0,861	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X1.4	0,775	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diatas seluruh item pertanyaan atau pertanyaan dari X1.1 sampai dengan X1.4 variabel Sikap (X1) adalah **valid**. Hal ini dikarenakan bahwa tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Dalam penelitian ini besarnya df dapat dihitung $96-2$ atau $df = 94$ dengan alpha 0,05 didapat r_{tabel} sebesar 0,2006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam variabel Sikap adalah valid karena nilai *Corrected ItemTotal Correlation* atau $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,2006) dan bernilai positif, hal ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik.

Dengan demikian, butir-butir pertanyaan sikap yang tertera dalam kuesioner layak untuk digunakan dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian kedepannya.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Norma Subjektif(X2)

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Norma Subjektif (X1)	X2.1	0,676	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X2.2	0,630	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X2.3	0,719	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X2.4	0,513	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 diatas seluruh item pertanyaan atau pertanyaan dari X2.1 sampai dengan X2.4 variabel Norma Subjektif (X2) adalah **valid**. Hal ini dikarenakan bahwa tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Dalam penelitian ini besarnya df dapat dihitung $96-2$ atau $df = 94$ dengan alpha 0,05 didapat r_{tabel} sebesar 0,2006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam variabel Norma subjektif adalah valid karena nilai *Corrected ItemTotal Correlation* atau $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,2006) dan bernilai positif, hal ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik. Dengan demikian, butir-butir pertanyaan norma subjektif yang

tertera dalam kuesioner layak untuk digunakan dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian kedepannya.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3)

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Norma Subjektif (X1)	X3.1	0,695	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X3.2	0,721	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X3.3	0,773	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid
	X3.4	0,628	0,2006	$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$	Valid

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 diatas seluruh item pertanyaan atau pertanyaan dari X3.1 sampai dengan X3.4 variabel persepsi kontrol perilaku (X3) adalah **valid**. Hal ini dikarenakan bahwa tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Dalam penelitian ini besarnya df dapat dihitung $96-2$ atau $df = 94$ dengan $\alpha 0,05$ didapat r_{tabel} sebesar 0,2006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam variabel persepsi kontrol perilaku adalah valid karena nilai *Corrected ItemTotal Correlation* atau $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,2006) dan bernilai positif, hal ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik. Dengan demikian, butir-butir pertanyaan variabel persepsi kontrol perilaku yang tertera dalam kuesioner layak untuk

digunakan dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian kedepannya.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Intensi Pembelian(Y)

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Intensi Pembelian (Y)	Y.1	0,616	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.2	0,739	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.3	0,735	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Y.4	0,784	0,2006	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas seluruh item pertanyaan atau pertanyaan dari Y.1 sampai dengan Y.4 variabel Intensi Pembelian (Y) adalah **valid**. Hal ini dikarenakan bahwa tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Dalam penelitian ini besarnya df dapat dihitung $96-2$ atau $df = 94$ dengan α 0,05 didapat r_{tabel} sebesar 0,2006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam variabel Intensi pembelian adalah valid karena nilai *Corrected ItemTotal Correlation* atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2006) dan bernilai positif, hal ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik. Dengan demikian, butir-butir pertanyaan norma subjektif yang tertera dalam kuesioner layak untuk digunakan dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian kedepannya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.⁷ Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai r	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Adapun hasil pengujian realibilitas variabel Sikap (X1), Norma subjektif (X2), dan persepsi kontrol perilaku (Y) Intensi pembelian produk halal stui kasus pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung berdasarkan output IBM SPSS versi 25.0 dapat dilihat pada table dibawah ini:

⁷Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal. 76.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap(X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,794	4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Sikap (X1) adalah 0,794 dengan jumlah pernyataan 4 item. Sehingga dapat disimpulkan nilai *Alpha Cronbach* berada diantara 0,60 s.d. 0,80 dengan nilai $0,60 > \mathbf{0,794} < 0,80$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel sikap adalah reliabel.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Norma Subjektif (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,478	4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4,12 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel norma subjektif (X2) adalah 0,478 dengan jumlah pernyataan 14 item. Sehingga dapat disimpulkan nilai *Alpha Cronbach* berada diantara 0,40 s.d. 0,60 dengan nilai $0,40 > \mathbf{0,478} < 0,60$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel Norma subjektif adalah cukup reliabel.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,658	4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel persepsi kontrol perilaku (X3) adalah 0,658 dengan jumlah pernyataan 4 item. Sehingga dapat disimpulkan nilai *Alpha Cronbach* berada diantara 0,60 s.d. 0,80 dengan nilai 0,60 >**0,658**< 0,80. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku adalah reliabel.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intensi Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,676	4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk Variabel Intensi Pembelian (Y) adalah 0,676 dengan jumlah pernyataan 14 item. Sehingga dapat disimpulkan nilai *Alpha Cronbach* berada diantara 0,60 s.d. 0,80 dengan nilai 0,60 >**0,676** <

0,80. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan Norma subjektif adalah reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*. Berikut adalah hasil pengujian dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*:

Tabel 4.15

Hasil Uji Normalitas Data dengan *Kolmogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,39954342
Most Extreme Differences	Absolute	,045
	Positive	,042
	Negative	-,045
Test Statistic		,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

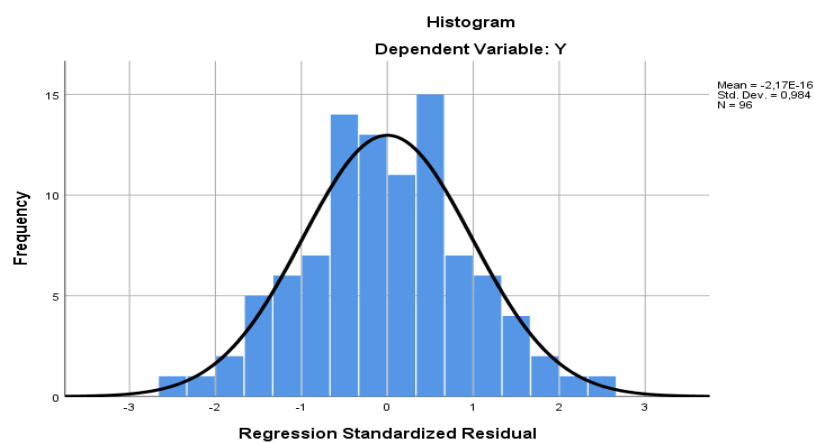
Berdasarkan tabel 4.15, *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5\%$ untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- a. Nilai sig. atau signifikansi $< 0,05$, distribusi data tidak normal;
- b. Nilai sig. atau signifikansi $> 0,05$ distribusi data adalah normal.

Pada data hasil uji normalitas didapat bahwa nilai *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,200 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05.

Gambar 4.16

Histogram Display Normal Curve

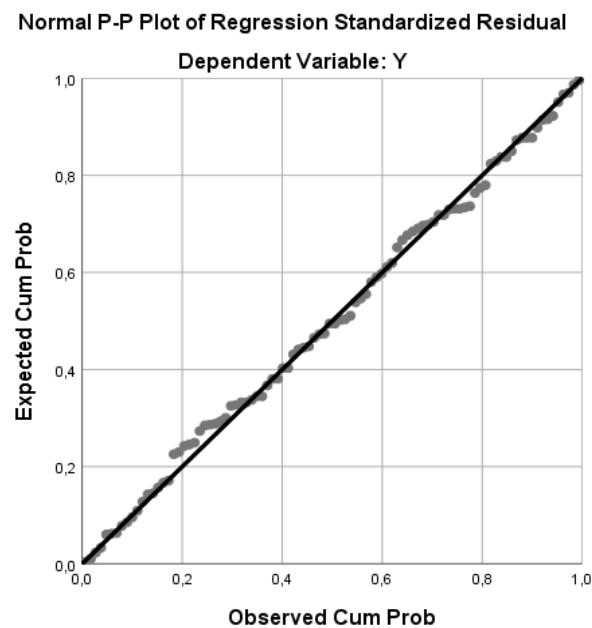


Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.16 histogram di atas, dapat dilihat bahwa kurva sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri, serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memiliki kecenderungan berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat dari output kurva normal *P-Plot*. Data pada variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

Gambar 4.17

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Dari gambar 4.17 di atas, pada prinsipnya uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu

diagonal dari grafik. Jika titik-titik mendekati garis diagonal, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik nya menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari gambar 4.17, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainya dalam satu model.⁸Uji multikoleniaritas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel *Coefficient*, yaitu pada kolom *Tolerance* dan kolom VIF (*Variance Inflated Factors*). *Tolerance* adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Antara variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen (*tolerance* > 0,01) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$). Cara umum untuk mendeteksi adanya multikoleniaritas adalah dengan melihat adanya R^2 yang tinggi dalam model tetapi tingkat signifikan yang sangat kecil dari hasil regresi

⁸Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan*,....., hlm. 91 -113.

tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan.⁹Berikut hasil uji multikolonieritas masing-masing variabel:

Tabel 4.18
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	.863	1.159
X2	.732	1.365
X3	.834	1.199

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan dari hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 4.18 di atas ini dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah (X1) 1,159 (Variabel Sikap), (X2) 1,365 (Variabel Norma Subjektif), (X3) 1,199 (Variabel Persepsi Kontrol Perilaku) Hasil ini menunjukkan bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolineaitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

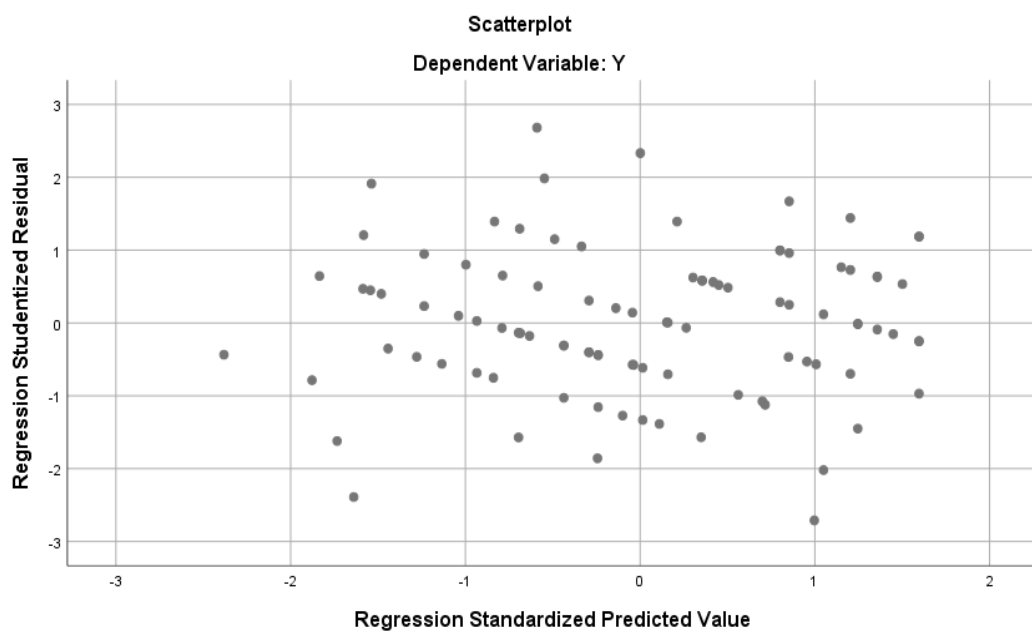
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model

⁹ Edy Supriyadi, *SPSS + Amos*, (Jakarta: In Media, 2014), hlm. 83

regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰

Gambar 4.19
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan gambar 4.19 diatas, hasil penelitian menunjukkan hasil output SPSS gambar *scatterplot* didapatkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas disekitar angka 0 dan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa gambar diatas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

¹⁰Idris, *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS ...*, hlm. 93

4. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi antara variabel pada suatu data, pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai D – W pada tabel *Model Summary*^b dibawah ini:

Tabel 4.20
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,559 ^a	,312	,290	1,422	1,945

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, menunjukkan bahwa hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson sebesar 1.945 Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data untuk $N = 96$, dan $k=3$ diperoleh nilai DW tabel dL 1.5966 dan dU 1.7295. Nilai DW hitung 1.945 > dari batas atas (dU), yaitu 1.945 dan kurang dari 4-dU, sehingga dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif pada penelitian ini.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,559 ^a	,312	,290	1,422

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, diperoleh hasil koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,312 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,290 atau $0,290/100 = 29\%$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku, memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap intensi pembelian kosmetik halal dengan nilai sebesar 29% dan sisanya sebesar $(100\% - 29\% = 0,71$ atau 71%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Uji Statistik t (Parsial)

Tabel 4.22
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,666	2,070		1,771	,080
	X1	,235	,090	,243	2,613	,010
	X2	,330	,108	,309	3,061	,003
	X3	,185	,088	,199	2,097	,039

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Besarnya angka tabel 4.22, berdasarkan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n - 3)$ atau $(96 - 3) = 93$ sehingga memperoleh nilai tabel sebesar 1,661. berdasarkan tabel 4.22 diatas, dapat diketahui pengaruh masing-maing variabel sebagai berikut:

- 1) Variabel (X1) sikap terhadap intensi pembelian kosmetik halal.

Dari tabel *coefficients* diatas, diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,613$ dan $t_{tabel} = 1,661$, artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,613 > 1,661$) dengan signifikansi $0,010 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara sikap terhadap intensi pembelian kosmetik halal.

- 2) Variabel (X2) norma subjektif terhadap intensi pembelian kosmetik halal.

Dari tabel *coefficients* diatas, diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,061$ dan $t_{tabel} = 1,661$, artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,061 > 1,661$) dengan signifikansi $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara norma subjektif terhadap intensi pembelian kosmetik halal.

- 3) Variabel (X3) persepsi kontrol perilaku terhadap intensi pembelian kosmetik halal.

Dari tabel *coefficients* diatas, diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,097$ dan $t_{tabel} = 1,661$, artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,097 > 1,661$) dengan signifikansi $0,039 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara persepsi kontrol perilaku terhadap intensi pembelian kosmetik halal

3. Uji Statistik f (Simultan)

Tabel 4.23
Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84,578	3	28,193	13,939	,000 ^b
	Residual	186,079	92	2,023		
	Total	270,656	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, diketahui jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan tabel ANOVA diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,939 $> F_{tabel}$ sebesar 2,70 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi pembelian kosmetik halal.

G. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.24
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,666	2,070		1,771	,080
	X1	,235	,090	,243	2,613	,010
	X2	,330	,108	,309	3,061	,003
	X3	,185	,088	,199	2,097	,039

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,666 + 0,235 X1 + 0,330 X2 + 0,185 X3$$

Dimana:

Y = Intensi Pembelian

X1 = Sikap

X2 = Norma Subjektif

X3 = Persepsi Kontrol Perilaku

Keterangan :

- a) Konstanta sebesar 3,666 artinya jika variabel sikap (X1), norma subjektif(X2), persepsi kontrol perilaku (X3) dalam keadaan tetap atau

sama dengan 0 (nol), maka intensi pembelian kosmetik halal (Y) mengalami peningkatan sebesar 3,666

- b) Koefisien regresi X1 (sikap) sebesar 0,235 menunjukkan peningkatan sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka sikap akan meningkatkan intensi pembelian sebesar 0,230. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara sikap dengan intensi pembelian kosmetik halal, semakin baik faktor sikap maka semakin meningkat intensi pembelian kosmetik halal.
- c) Koefisien regresi X2 (norma subjektif) sebesar 0,330 menunjukkan peningkatan sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka norma subjektif akan meningkatkan intensi pembelian kosmetik halal sebesar 0,330. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara norma subjektif dengan intensi pembelian kosmetik halal, semakin baik faktor norma subjektif maka semakin meningkat intensi pembelian kosmetik halal.
- d) Koefisien regresi X3 (persepsi kontrol perilaku) sebesar 0,185 menunjukkan peningkatan sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka persepsi kontrol perilaku akan meningkatkan intensi pembelian kosmetik halal sebesar 0,185. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara persepsi kontrol perilaku dengan intensi pembelian kosmetik halal, semakin baik faktor persepsi kontrol perilaku maka semakin meningkat intensi pembelian kosmetik halal.

