



**PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBJEKTIF  
YANG DIMEDIASI OLEH KONTROL PERILAKU  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK HALAL  
PADA MAHASISWI PERGURUAN TINGGI  
DI PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**ANDITA DWI PALUPININGTYAS**

**NIM. 2013116043**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBJEKTIF  
YANG DIMEDIASI OLEH KONTROL PERILAKU  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK HALAL  
PADA MAHASISWI PERGURUAN TINGGI  
DI PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

**ANDITA DWI PALUPININGTYAS**  
**NIM. 2013116043**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andita Dwi Palupiningtyas

NIM : 2013116043

Judul Skripsi : Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subjektif yang Dimediasi oleh Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Halal Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Pekalongan.

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari terbukti skripsi tersebut adalah plagiat, maka penulis bersedia mendapat sanksi akademis.

Pekalongan, 25 Oktober 2020

Yang menyatakan



Andita Dwi Palupiningtyas

NIM. 2013116043

## NOTA PEMBIMBING

**Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M**

Jl. Kambing, Rt. 4, Rw 2, Ds. Trayeman, Kec. Slawi, Kab. Tegal

---

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Andita Dwi Palupiningtyas

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Andita Dwi Palupiningtyas

NIM : 2013116043

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBJEKTIF YANG DIMEDIASI OLEH KOTROL PERILAKU TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK HALAL PADA MAHASISWI PERGURUAN TINGGI DI PEKALONGAN

dengan ini memohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alakum Wr. Wb.*

Pekalongan, 24 Oktober 2020

Pembimbing



**Dr Mansur Chadi Mursid M.M**

NIP. 198205272011011005





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan Rowolaku Kajen Pekalongan Telp. (0285) 412575 /Fax. (0285) 423418  
Website: febi.iainpekalongan.ac.id/Email: febi@iainpekalongan.ac.id

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **ANDITA DWI PALUPININGTYAS**  
NIM : **2013116043**  
Judul Skripsi : **PENGARUH SIKAP KONSUMEN DAN NORMA SUBJEKTIF YANG DIMEDIASI OLEH KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK HALAL PADA PERGURUAN TINGGI DI PEKALONGAN**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 12 November 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

**Dr. Zawayi, M.A**  
NIP. 19770625 200801 1 013

Penguji II

**Muhammad Aris Safi'i, M.E.I**  
NIP. 19850112 201503 1 004

Pekalongan, 13 November 2020

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H**  
NIP. 19750220 199903 2 001





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je



ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em



ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة      ditulis      *fātimah*

## 4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا      ditulis      *rabbānā*





البر ditulis *al-barr*

#### 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (^/).



Contoh:

أمرت

ditulis

*umirtu*

شيء

ditulis

*syai'un*



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala hidayah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW.

Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, saya persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang telah memberikan warna dalam hidup saya:

1. Bapakku tercinta Siswantana dan ibuku tercinta Suprapti yang selalu memberikan motivasi, semangat dan mendoakan saya dengan tulus setiap saat agar saya menjadi orang yang berhasil. Terimakasih atas do'a, cinta, pengorbanan dan dukungan yang tidak ada habisnya.
2. Untuk diri saya, terima kasih untuk tidak pernah berhenti berjuang sampai saat ini.
3. Saudara kandung saya, Ikhsan Huda Prasetya, dan Dian Millatina H. yang selalu saya sayangi, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam setiap harinya serta selalu memberikan doa dan dukungannya.
4. Keluarga besar saya, semua om dan bulek, serta seluruh sepupu yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan semangatnya.
5. Sahabat-sahabat saya, Afidah Rozi Anti, Tati Isnaeni Rahmawati, Nakilatul Khasanah, Hani Pratiwi H., Dwi ega Oktaviani, Nur jannah, Winda Aprilia Nur S., Asnik Dina Fuskha, Dwi Susiati Eva Oktavia, Khorunnisa, Imalah Kusniah, Silvia Kusuma, Nur Afidah, Sofah Zuhriyah, Amaliyah, Nunung R.





Mahmudah, yang senantiasa memberikan nasihat, motivasi, bantuan dan dukungannya.

6. Teman-teman Ekos B yang telah memberikan semangat dan motivasinya, serta
7. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Angkatan 2016.





## MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Allahlah engkau berharap” (QS. Al Insyirah: 5-8)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkan jejak”. (Ralph Waldo Emerson)



## ABSTRAK

Semakin banyak pertumbuhan dalam industri kosmetik saat ini tidak menutup kemungkinan bahwa ada kecurangan-kecurangan yang terjadi baik dari bahan yang digunakan atau kandungan bahan kimia yang terdapat dalam kosmetik. Dalam dunia pemasaran terdapat teori mengenai perilaku konsumen dalam memilih dan mengonsumsi suatu produk, yakni *Theory of Planned Behaviour* (TPB). TPB mengidentifikasi pengaruh yang memprediksi dan mengubah perilaku. di mana niat perilaku dipengaruhi oleh: sikap seseorang, keyakinan tentang apakah individu yang penting bagi orang tersebut menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tersebut, dan kontrol yang dirasakan atas melakukan perilaku.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen dan norma subjektif terhadap minat beli ulang kosmetik halal dengan dimediasi oleh kontrol perilaku pada sebanyak 150 mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *Structural Equation Modelling* dengan bantuan program AMOS versi 22. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder, adapun data dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, kuesioner dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa (1) sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol perilaku, (2) norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol perilaku, (3) sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, (4) norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik berlabel halal, (5) kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, (6) kontrol Perilaku dapat memediasi pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli ulang konsumen pada produk kosmetik halal, (7) kontrol Perilaku dapat memediasi pengaruh norma subjektif terhadap minat beli ulang konsumen pada produk kosmetik halal.

**Kata Kunci : sikap konsumen, norma subjektif, kontrol perilaku, dan minat beli ulang**

## KATA PENGANTAR

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti-hentinya melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subjektif yang Dimediasi oleh Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Halal pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Pekalongan*”. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Selanjutnya, dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dorongan, arahan serta bimbingan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Nalim, S.Si., M.Si selaku Dosen Wali.
5. Bapak Mansur Chadi Mursid, M.M selaku Dosen Pembimbing, terimakasih atas segala bimbingan, arahan, nasihat dan dukungannya.
6. Segenap Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Secara khusus ucapan terima kasih ini ditujukan kepada kedua orang tua, saudara yang telah memberikan pengorbanan materi maupun non materi dan do'anya kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.





Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta membalas segala amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlimpah. Amiin.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik, saran, dan segala bentuk pengarahan yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya bisa berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 25 Oktober 2020

Penulis

Andita Dwi Palupiningtyas

NIM 2013116043





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Kegunaan Penelitian .....	11
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. Landasan Teori .....	13
1. Kosmetik Halal .....	13
2. LPPOM-MUI .....	15
3. Minat Beli Ulang .....	19
4. Sikap Konsumen .....	23
5. Norma Subjektif .....	26
6. Kontrol Perilaku .....	28



B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Kerangka Berpikir .....	49
D. Hipotesis .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	51
B. Setting Penelitian .....	52
C. Variabel penelitian .....	52
D. Definisi Operasional.....	53
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	56
F. Sumber Data .....	58
G. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian .....	58
H. Teknik Pengolahan Data .....	62
I. Analisis Data .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>77</b>
A. Analisis Deskripsi Data Responden.....	77
B. Analisis Data.....	85
C. Pembahasan .....	113
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>122</b>
A. Simpulan.....	122
B. Saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Kosmetik Bersertifikat Halal .....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	54
Tabel 3.2	Kriteria Bobot Jawaban Responden .....	59
Table 3.3	<i>Cut of value goodness of fit</i> .....	74
Tabel 4.1	Acuan Kategorisasi Nilai Rata-rata er Indikator.....	79
Tabel 4.2	Deskripsi Sikap konsumen.....	80
Tabel 4.3	Deskripsi Norma Subjektif.....	82
Tabel 4.4	Deskripsi kontrol Perilaku .....	83
Tabel 4.5	Deskripsi Minat Beli Ulang .....	84
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas instrumen .....	87
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas instrumen.....	88
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Eksogen .....	91
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	93
Tabel 4.10	Deteksi Outlier dalam data SEM .....	95
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas .....	97
Tabel 4.12	<i>Goodness of fit</i> model setelah modifikasi.....	100
Tabel 4.13	Hasil Analisis SEM untuk Pengujian Hipotesis .....	104
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	108



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	49
Gambar 4.1 Asal Universitas.....	77
Gambar 4.2 Nilai Uang Saku per Bulan .....	78
Gambar 4.3 Usia Responden.....	78
Gambar 4.4 Spesifikasi Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan hasil pengujian goodness of fit .....	90
Gambar 4.5 Spesifikasi Model Pengukuran Konstruk Endogen dan hasil pengujian goodness of fit .....	92
Gambar 4.6 Spesifikasi Model SEM .....	98
Gambar 4.7 Hasil Estimasi Model Stuktural.....	99
Gambar 4.8 Hasil Uji Sobel Efek Mediasi Kontrol Perilaku pada pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli ulang.....	110
Gambar 4.9 Hasil Uji Sobel Efek Mediasi kontrol perilaku pada pengaruh norma subyektif terhadap minat beli ulang .....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner/Angket
- Lampiran 2. Data Uji Coba Instrumen
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Data Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 6. Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 8. Rumus Perhitungan Reliabilitas dalam SEM
- Lampiran 9. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Analisis CFA)
- Lampiran 10. Hasil Pengujian Asumsi SEM
- Lampiran 11. Pengujian Goodness Of Fit model
- Lampiran 12. Hasil Pengujian Model Struktural
- Lampiran 13. Hasil Uji Sobel
- Lampiran 14. Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 15. Surat Keterangan Melakukan Penelitian
- Lampiran 16. Dokumentasi
- Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Komestik adalah suatu hal terpenting bagi seorang perempuan. Disamping untuk merias dirinya, kosmetik pun bisa menunjang penampilan seseorang, sebab menggunakan kosmetik bisa menjadikan penampilannya menjadi lebih menarik. Industri kosmetik adalah industri yang masih memiliki kemampuan untuk berkembang lagi. Sehingga, industri kosmetik berupaya keras untuk menghasilkan produk terbaik dengan spesifikasi khusus yang dapat memenuhi kebutuhan pasar konsumen.<sup>1</sup>

Tren industri kecantikan berkembang dengan cepat di seluruh penjuru dunia begitupun Indonesia. Dalam kategori pasar “*cosmetic & toiletries*”, negara ini diakui sebagai salah satu kawasan dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Selain itu, sekarang ini Indonesia merupakan penopang kekuatan ekonomi Asia, industri kecantikan di Indonesia amat luas dan sangat menggiurkan, dengan perkembangan segmen pasarnya yang begitu menggiurkan. Pada tahun 2017, skala pasar kosmetik industri kosmetik mencapai 46,4 triliun, meningkat 6,35%, dan pada triwulan I tahun 2018 meningkat menjadi 7,36%. Kementerian Perindustrian meyakini selama tahun

---

<sup>1</sup> M. Faris Naufal, *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal Terhadap Brand Attitude untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah*, (Universitas Diponegoro Semarang, 2014)

2019, industri kosmetik bisa mengalami pertumbuhan 7,33% setiap tahunnya.<sup>2</sup>

Sebagai negara dengan penduduk muslim yang paling besar di dunia, tidak heran bila kosmetik halal populer di Indonesia. Untuk mengembangkan rencana usaha untuk memasuki pasar potensial, pelaku pasar domestik dan luar negeri wajib mempunyai wawasan yang tepat mengenai pelanggaran serta bertindak dengan penuh kehati-hatian gunaantisipasi terhadap *ofending* customer muslim dan mendapatkan landasan yang baik serta halal di pasar Indonesia. Agar produk menjadi halal, produk tersebut tidak boleh mengandung alkohol, tidak boleh diuji pada hewan, dan tidak mengandung bahan-bahan dari hewan. Harapan untuk mentaati instruksi dalam konsumsi produk halal bisa membangun partisipasi serta efek pelanggan dalam membeli ataupun menentukan produk apa yang dikonsumsi.

Segmen industri halal di Indonesia, terutama bidang makanan halal, travel, fashion, dan obat-obatan serta peralatan kosmetik yang halal sudah naik sampai kisaran 11% dari pasar dunia di tahun 2016.<sup>3</sup> Hal tersebut terbukti dari maraknya produk halal yang ada di masyarakat yang salah satunya ialah kosmetik. Sektor kosmetik saat ini memiliki panggung tersendiri bagi para konsumennya. Produk kosmetik halal saat ini mampu bersaing dengan produk kosmetik lainnya. Dan data BPOM menunjukkan antara industri yang terdaftar Indonesia medis, industri makanan, industri

---

<sup>2</sup> <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180803/257/824056/konsumsi-kosmetik-halal-meningkat-industri-tumbuh-74-persen> diakses pada 26 september 2019.

<sup>3</sup> <https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Pengembangan-Industri-Halal-Dukung-Pertumbuhan-Ekonomi-Nasional.aspx> diakses pada 26 september 2019.



minuman, dan industri kosmetik hanya 59% dari mereka telah memiliki sertifikat halal.

Dalam masa globalisasi sekarang, perempuan khususnya muslim sedang mengalami transisi gaya hidup. Salah satu manifestasi life style modern sekarang ialah perempuan mengenakan hijab. Tren mengenakan hijab tersebut dilatar belakangi dari sifat alamiah wanita yang selalu menginginkan tampil cantik dan mempesona. Penampilan saat mengenakan hijab tentunya akan tambah mempesona jika dipoles menggunakan kosmetik yang tentunya tak kalah penting mendukung penampilannya. Terjadinya tren hijab sekarang relevan dengan kemajuan kosmetik halal.

Wanita sangat tergantung dengan kebiasaan menggunakan peralatan kosmetik sehingga mereka harus pintar dalam menentukan model kosmetiknya yang sesuai dan aman untuk pribadinya sendiri. Dikarenakan makin banyak pertumbuhan dalam industri kosmetik tidak menutup kemungkinan bahwa ada tindakan curang baik tentang penggunaan bahannya ataupun kadar bahan kimianya yang terdapat dalam kosmetik tersebut. Dan memasarkan suatu hal yang menarik dengan begitu konsumennya akan tertarik lalu membeli.

Terdapatnya label halal dalam sebuah produk kosmetik sangat menunjang produsen atau konsumen dalam mempergunakan serta melindungi pengusaha dari tuntutan pelanggan di masa depan serta dapat menguatkan dan menambah daya tarik pelanggan akan produknya baik secara langsung ataupun tidak langsung akan berpengaruh pada persepsi pelanggan mengenai





produknya. Sebelum keberadaan BPJPH, keberadaan LPPOM-MUI membantu kaum muslim Indonesia untuk mendapatkan produk halal dengan labelnya tersebut. Customer muslim bisa memastikan produk manakah yang dipebolehkan untuk dikonsumsi, yakni produk yang telah ada label halalnya di kemasan produknya. Artinya tujuan dari pendiriannya LPPOM MUI adalah untuk memberi keterangan dan kenyamanan public mengenai produk yang mereka konsumsinya.<sup>4</sup>

**Tabel 1.1 beberapa daftar kosmetik bersertifikat halal<sup>5</sup>**

Wardah	Pond's
Inez	Make over
Garnier	Purbasari
Marina	Emina
Pixy	L'Oreal

Agama islam mengajarkan untuk menjauhi berbagai hal yang tidak diperbolehkan oleh Allah SWT, serta melaksanakan apapun yang diperintahkan-Nya. Pada Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 114 dinyatakan jika:

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

Artinya : “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”.

<sup>4</sup> Wiku Adisasmito, *Sistem Kesehatan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)hlm. 10

<sup>5</sup> [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin\\_halal/produk\\_halal\\_masuk/1#](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin_halal/produk_halal_masuk/1#), diakses pada 24 September 2019



Dari Firman Allah tersebut bisa ditarik kesimpulan jika sebagai umat islam diwajibkan memakan makanan halal serta baik dari riski yang Allah berikan pada hamba-Nya. Ayat tersebut bukan cuma menguraikan makanan halal saja namun pada sesuatu yang dikonsumsi diluar tubuhnya semisal pemakaian kosmetik.

Produk yang pasarkan perusahaan bisa menjadi salah satu unsur dalam membentuk tanggapan dalam memutuskan untuk membeli. Kesan awal pelanggan atas mutu dari sebuah produk pada saat mereka melihat produknya mungkin saja menjadi faktor penentu didalam mengambil keputusan pembelian.<sup>6</sup> Produk yang dijual dalam industri kosmetika tentunya mempunyai kelebihan masing-masing dan harus tidak sama dengan kosmetik produk lain. Industri kosmetik diharapkan dapat memelihara mutu produk yang dijual. Oleh karena itu, industri produk kosmetik membutuhkan kreativitas dalam membuat produk yang relevan akan kebutuhan pelanggan. Dengan begitu kosmetik yang dijual di pasaran akan banyak dicari dan disukai pelanggan.<sup>7</sup> Untuk memenuhi kebutuhan, seorang individu akan menentukan jenis produk yang memuaskan. Konsumen akan menikmati rasa puas ataupun tidak puas. Apabila pelanggannya merasa puas, ia akan menggunakan, membeli kembali dan menyampaikan kepada orang lain, bahkan menyampaikan ketidakpuasannya kepada orang lain. Minat

---

<sup>6</sup> Lily Harjati dan Lusia Olivia Sabu G ,*Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop*, E-Journal WIDYA Ekonomika 26 Volume 1 Nomor 1 November 2014.

<sup>7</sup> G.Supriyadi, Fristin, Y., & Indra K.N, *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol. 3, No. 1, 135–144.



merupakan faktor internal (pribadi) yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam proses pembelian, minat konsumen sangat berkaitan dengan motivasi mereka untuk menggunakan atau membeli produk tertentu. Hasrat untuk melakukan pembelian ulang adalah loyalitas pelanggan yang terbentuknya sesudah pelanggan membeli barang ataupun jasanya.<sup>8</sup>

Dalam memasarkan produk, ada teori berkaitan dengan tingkah laku konsumen dalam pemilihan dan pengkonsumsian sebuah produk, yaitu TPB, yakni teori kelanjutan dari *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein, TPB mengidentifikasi pengaruh yang memprediksi dan mengubah perilaku. di mana niat perilaku dipengaruhi oleh: sikap seseorang, rasa yakin mengenai apakah seseorang yang berarti baginya setuju ataukah tidak berkaitan tingkahlaku bersangkutan, dan pengendalian yang dirasakan atas melakukan perilaku.<sup>9</sup>

Sikap konsumen bisa mempengaruhi minat beli ulang. Semakin individu berpenilaian yakni sebuah tingkah laku akan membuahkan konsekuensi positif, maka muncul kecenderungan ia untuk mengambil sikap yang baik pada tingkah laku bersangkutan. Kebalikannya, semakin individu berpenilaian yakni sebuah tingkah laku akan membuahkan konsekuensi negative maka muncul kecenderungan ia untuk mengambil sikap yang buruk pada tingkah laku bersangkutan. Sehingga, konsumennya akan mengevaluasi

---

<sup>8</sup> Daniel Dama, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16 No. 01 ,2016.

<sup>9</sup> Soon, Jan Mei and Wallace, Carol Anne, *Application of theory of planned behaviour in purchasing intention and consumption of Halal food Nutrition Food Science*, 47(5), 2017.



produk bersangkutan ketika akan melakukan pembelian. Bila menimbulkan efek positif baginya, mereka akan melakukan pembelian terhadap barang itu.<sup>10</sup>

Tanggapan atau opini individu tentang rasa yakinnya pihak lain juga bisa berpengaruh pada minat untuk berperilaku tertentu ataupun tidak, yang biasa dinamakan norma subjektif. Sehingga bila individu berpandangan bahwa tingkah laku bersangkutan bernilai positif dan yakin akan pihak lain menginginkannya, maka perilaku tersebut akan terjadi. Dalam penelitian yang dilaksanakan Ni Putu Ratih Astarini Dewi dan I Gusti Ketut Sri Ardani yang judulnya pengaruh sikap konsumen, norma terhadap niat pembelian ulang produk fashion secara online di kota Denpasar yakni variabel norma subjektif mempengaruhi niat pembelian ulang.<sup>11</sup> Disamping norma subjektif dan sikap konsumennya, kontrol tingkah laku (*control beliefs*) sebagai tingkah laku individu terkait terdapat atau tidaknya faktor yang mendukung atau menghambat dalam menimbulkan tingkah laku.<sup>12</sup>

Realitas pada konsumen kosmetik di negara ini, mayoritas umat Islam tergantung pada produk kosmetik buatan non-muslim<sup>13</sup>. Salah satu konsumen

<sup>10</sup> Aditya Utama Putra, Analisis Pengaruh *Brand Liking*, *Subjective Norm*, *Attitude Towards Brand* Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal Di Kota Semarang, Skripsi Universitas Diponegoro, 2014.

<sup>11</sup> Ni Putu Ratih Astarini Dewi & I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, *Pengaruh Sikap konsumen, Norma Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online di kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016.

<sup>12</sup> Wikamorys, Diah Anggraini., Rochmach, T. N., *Aplikasi Theory of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak*, Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia Volume 5 Nomor 1 Januari-Juni 2017,5(1),2017, 32–40.

<sup>13</sup> Lita Zakiya Fitriani, *Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Wardah Pada Warga Desa Sambimulyo Kecamatan Bangorejo Banyuwangi*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, 2016.



kosmetik adalah mahasiswi di perguruan tinggi di pekalongan. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi di perguruan tinggi di pekalongan yaitu UNIKAL, UMPP dan IAIN Pekalongan. Mahasiswa adalah rentang usia dimana seseorang mulai merawat diri atau menggunakan kosmetik agar percaya diri. Apakah kosmetik halal menjadi tolak ukur mahasiswi di Pekalongan untuk memakainya. Kosmetik sebagai produk yang dipakai untuk mendukung tampilan secara fisik supaya terlihat makin memesonakan. Mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan sebagai pemakai kosmetik untuk berdandan supaya tampilannya lebih cantik dan memesonakan. Kosmetik yang digunakan tidak selalu berlebihan, contohnya hanya menggunakan bedak ataupun lipstik.

Berdasar paparan latar belakangnya, peneliti bermaksud untuk meneliti yang judulnya “Pengaruh Sikap konsumen Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik halal Yang Dimediasi Oleh Kontrol Perilaku Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Pekalongan”.

## **B. Batasan Masalah**

Berkaitan dengan cakupan masalah yang luas, waktu dan terbatasnya penelitian, maka pembatasan penelitian ini supaya lebih focus pada masalahnya dan pembahasan bersangkutan, sehingga apa yang diteliti tidak melenceng dari tujuannya. Adapun pembatasan masalah penelitiannya yakni:

1. Difokuskan untuk meneliti Pengaruh Sikap konsumen Dan Norma Subjektif Terhadap minat beli ulang Kosmetik Halal dengan Kontrol



Perilaku sebagai Variabel Mediasi (wardah, pond's, make over, garnier, emina).

2. Studi mahasiswi jurusan ekonomi pada perguruan tinggi di Pekalongan (IAIN Pekalongan, Universitas Pekalongan, dan Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan).

### C. Rumusan Masalah

1. Apakah sikap konsumen mempengaruhi kontrol perilaku pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan?
2. Apakah norma subjektif mempengaruhi kontrol perilaku pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan?
3. Apakah sikap konsumen mempengaruhi minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan?
4. Apakah norma subjektif mempengaruhi minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan?
5. Apakah kontrol perilaku mempengaruhi minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan?
6. Apakah sikap konsumen mempengaruhi minat beli ulang kosmetik halal melalui kontrol perilaku?
7. Apakah norma subjektif mempengaruhi minat beli ulang kosmetik halal melalui kontrol perilaku?



#### D. Tujuan Penelitian

Berdasar pada perumusan masalahnya, maka penelitian ini tujuannya ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kontrol perilaku terhadap minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan melalui kontrol perilaku
5. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat beli ulang kosmetik halal pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan melalui kontrol perilaku
6. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap kontrol perilaku melalui norma subjektif.
7. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap kontrol perilaku melalui sikap konsumen.



## E. Kegunaan Penelitian

Penulis harap, hasil yang diteliti bisa memberi kemanfaatan yang meliputi:

1. Secara Praktis
  - a. Sebagai syarat kelulusan prodi S.1 Ekonomi Syariah
  - b. Menambah informasi bagi pihak yang memiliki kepentingan atau masyarakat muslim berkaitan preferensi menggunakan kosmetik halal.
2. Secara teoritis
  - a. Bagi pembaca merupakan bahan informasi untuk melihat pengaruh sikap konsumen dan norma subjektif pada minat pembelian ulang kosmetik halal yang dimediasi oleh kontrol perilaku..
  - b. Sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang serupa dan pengembangan bagi penelitian lanjutan.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini tujuannya untuk mendeskripsikan alur berpikir penulisan laporan ini. Adapun hal yang dibahas dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab dan terdiri dari sub bab.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bagian ini berisikan latar belakang, batasan dan perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.



**BAB II : KERANGKA TEORI**

Bagian ini meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesisnya.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bagian ini meliputi jenis, pendekatan, waktu dan variabel penelitian, serta definisi operasional, populasi, sampel dan metode pengambilan sampling, sumber data, instrument dan metode pengambilan data, teknik pengolahan serta analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN ANALISIS**

Bagian ini meliputi analisis deskriptif uji validitas dan reliabilitas, hasil uji Goodness of Fit dan hasil uji hipotesis.

**BAB V : PENUTUP**

Bagian ini meliputi simpulan dan saran.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- (1) Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol perilaku. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi sikap konsumen terhadap produk kosmetik berlabel halal maka semakin baik kontrol perilaku konsumen saat membeli produk kosmetik halal.
- (2) Norma subektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol perilaku. Hal ini berarti bahwa semakin banyak dukungan sosial yang diperoleh konsumen untuk membeli produk kosmetik halal maka semakin baik kontrol perilaku konsumen saat membeli produk kosmetik halal.
- (3) Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi sikap konsumen maka semakin tinggi minat beli ulang konsumen terhadap produk kosmetik halal.
- (4) Norma subyektif berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang produk kosmetik berlabel halal, hal ini berarti bahwa semakin banyak dukunga sosial yang diperoleh konsumen saat akan membeli produk kosmetik berlabel halal maka akan semakin tinggi minat beli ulang konsumen terhadap produk kosmetik halal.



- (5) Kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini berarti bahwa semakin baik kontrol perilaku konsumen pada saat akan membeli produk kosmetik halal, maka semakin tinggi minat beli ulang konsumen terhadap produk kosmetik halal.
- (6) Kontrol Perilaku dapat memediasi pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli ulang konsumen pada produk kosmetik halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap konsumen maka semakin tinggi kontrol perilaku konsumen saat akan membeli produk kosmetik berlabel halal sehingga akan memiliki minat beli ulang yang tinggi terhadap produk kosmetik halal.
- (7) Kontrol Perilaku dapat memediasi pengaruh norma subyektif terhadap minat beli ulang konsumen pada produk kosmetik halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi norma subyektif maka semakin tinggi kontrol perilaku konsumen saat akan membeli produk kosmetik berlabel halal sehingga akan memiliki minat beli ulang yang tinggi terhadap produk kosmetik halal.

#### **B. Saran**

Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi Produsen Produk Kosmetik

Label halal MUI menjadi poin utama konsumen melakukan pembelian produk kosmetik, sehingga bagi produsen kosmetik sebaiknya menggunakan bahan yang bersertifikasi halal dan memberikan label halal pada setiap produk kosmetiknya.



2. Saran bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda, penelitian selanjutnya juga diharapkan dilakukan dengan menambah variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Adisasmito, Wiku. 2008. *Sistem Kesehatan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Sikap konsumen Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Byrne, Donn & Robert A Baron. 2005. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga
- Cholid Narbuko, Ahmadi. 2010. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Bumi Aksara.
- Faisal, Sanapiah. 2007. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ferdinand, A. 2014. *Structural Equation Modelling (Ed. ke-5)*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24.0 Update Bayesian SEM (Ed. ke-7)*. Semarang: UNDIP Press.
- Hasan, Sofan. 2014. *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Indriantoro, Nur & Bambang Supomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BFEE UGM cetakan kedua.
- Kanuk & Schiffman. 2004. *Perilaku Konsumen edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid II*. Jakarta: Indeks



Qardhawi, Yusuf. 2003. *Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya: Bina Ilmu Offset.

Riadi, Edi. 2016. *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM Statistik)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ridwan. 2005. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: alfabet.

Sujarweni, V. Wiratna. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.

Tjiptono , Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andioffset.

#### **Jurnal :**

Achmad Fauzi, *Variabel Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA) vol. 2, No. 1 2017

Ali, M. H., et al, *Exploring the theory of planned behaviour (TPB) in relation to a halal food scandal: the Malaysia Cadbury chocolate case*, International Food Research Journal 25(Suppl. 1) 2018.



- Anjarwati, Anik Lestari & Nur Hidayah. *Pengaruh Kualitas Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Surabaya Timur)*, Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 6, No. 1, 2018.
- Ardani, I Gusti Agung Ketut Sri & Ni Putu Ratih Astarini Dewi. *Pengaruh Sikap konsumen, Norma Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online di kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016.
- Dama, Daniel. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16 No. 01 ,2016.
- Dasuki, Eliyandi Sumar & Popo Suryana. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang*, Trikonomika Volume 12, No. 2.
- Endah, Nur Hadiati. *Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan. Vol, 22, No. 1, 2014
- Ghassani , Mahyarani Tiara. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Diponegoro Journal Of Social And Political Science Tahun 2017.
- K.N, Indra & G.Supriyadi, Fristin, Y. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol. 3, No. 1, 135–144.
- Liliani, Anthony Budi Kusuma dan Antonius Juanta. *Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli Ulang Produk*



*M&B Di Kota Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis  
Volume 3, Nomor 4, Oktober 2018.

Mulyani, Zakiyah Zahara & Ira Nuriya Santi. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Lipstik Merek Wardah Pada Mahasiswa Universitas Tadulako Palu*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol. 1, No. 3, 2015

T. N, Rochmach, Wikamorys, Diah Anggraini. *Aplikasi Theory of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak*. Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia Volume 5 Nomor 1 2017.

Sabu G, Lusia Olivia & Lily Harjati. *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop*. E-Journal WIDYA Ekonomika. Volume 1 Nomor 1 November 2014.

Saeroji, A., & Maskur, A. (n.d.). *Pengaruh Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Pinjam Kur Mikro (Studi Pada Nasabah Bri Di Pati)*. In Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For. Paper UNISBANK (SENDI\_U)(pp. 1-10). Semarang.

Sheilla, Chairunnisyah. *Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika*, Jurnal Edutech Vol. 3 No.2 September 2017.

Seni, Ni Nyoman Anggar & Ni Made Dwi Ratnadi. *Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi*, E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Vol. 6 no. 12 2017.

Soon, Jan Mei and Wallace, Carol Anne. *Application of theory of planned behaviour in purchasing intention and consumption of Halal food* *Nutrition Food Science*. 47(5), 2017.





Sudarti, Ken & Salim Bakhrul Ulum. *Peran Sikap konsumen Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Ulang*. Jurnal EKOBIS Vol. 20, No.2, 2019.

Sholihah, Maratush Dan Henny Welsa. *Pengaruh Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal Terhadap Brand Attitude Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Ice Cream Magnu*. Jurnal Upajiwa Dewantara Vol. 2 No. 2, 2018.

Tournois, I. A. L. *Building holistic brands: an exploratory study of Halal cosmetics*. *Journal of Islamic Marketing*. 6(1), 2015

**Skripsi:**

Aditya Utama Putra, *Analisis Pengaruh Brand Liking, Subjective Norm, Attitude Towards Brand Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal Di Kota Semarang*, Skripsi Universitas Diponegoro, 2014.

Ananda Abdillah Amanu. *Analisis Perilaku Pembelian Kosmetik Halal Berdasarkan Theory of Planned Behaviour (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta Yogyakarta)*, Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018.

Amanda Anidia Ita Wibowo. *Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Produk Private Brand Alfamart Di Sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta 2016.

Cahya Tri Rahmantika. *Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli kosmetik halal*. Skripsi IAIN Surakarta 2018.



**Web :**

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180803/257/824056/konsumsi-kosmetik-halal-meningkat-industri-tumbuh-74-persen> diakses pada 26 september 2019.

<https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Pengembangan-Industri-Halal-Dukung-Pertumbuhan-Ekonomi-Nasional.aspx>, diakses pada 26 september 2019.

[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin\\_halal/produk\\_hala1\\_masuk/1#](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/ceklogin_halal/produk_hala1_masuk/1#), diakses pada 24 September 2019.





## DOKUMENTASI

Dokumentasi Penyebaran kuesioner pada mahasiswi perguruan tinggi di Pekalongan







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS DIRI

Nama : Andita Dwi Palupiningtyas  
Tempat, tanggalahir : Pekalongan, 13 Maret 1998  
Agama : Islam  
Jeniskelamin : Perempuan  
Alamat : Dk. Montong Rt2/Rw6 Ds. Lebakbarang  
Kec. Lebakbarang Kab. Peakalongan

### IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Siswantana  
Pekerjaan : PNS  
Nama Ibu : Suprapti  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Dk. Montong Rt2/Rw6 Ds. Lebakbarang  
Kec. Lebakbarang Kab. Peakalongan

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N 01 Lebakbarang : Lulus tahun 2010
2. SMP N 01 Lebakbarang : Lulus tahun 2013
3. SMA N 1 Kajen : Lulus tahun 2016
4. IAIN Pekalongan : Masuk tahun 2016

Pekalongan, 25 Oktober 2020

Penulis

Andita Dwi Palupiningtyas

NIM. 2013116043



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks (0285) 423418  
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain.pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Andita Dwi Palupiningtyas  
NIM : 2013116043  
Fakultas/Jurusan : JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :  
 Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

**Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subjektif yang Dimediasi  
oleh Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Halal  
Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Pekalongan.**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini  
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,  
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan  
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk  
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama  
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan  
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta  
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, November 2020



**Andita Dwi Palupiningtyas**  
NIM. 2013116043

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.