

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 bertempat di kampus UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman No. 30 Panancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kecamatan Serang, Kota Serang, Banten. Penelitian ini di mulai dari bulan November 2021 sampai dengan selesai. Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah Mahasiswi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 dan 2019.

B. Jenis Penelitian dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian dianalisis.¹

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan

¹Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, ...*, h. 17

seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti dari responden dalam hal ini adalah mahasiswi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 dan 2019.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.² Data sekunder dalam penelitian ini seperti literatur, koran dan lain sebagainya.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Tujuan diadakannya populasi adalah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 dan 2019 yang berjumlah 288

² Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ..., h. 67

³ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ..., h. 63

Mahasiswi. Dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya maka tidak mungkin peneliti mempelajari populasi tersebut, oleh karena itu peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.⁴ Pengambilan sampel perlu dilakukan mengingat jumlah populasi yang tidak mungkin bisa dijadikan sampel secara keseluruhan. Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : *error* (Kesalahan yang diterima)

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, ...*, h. 64

$$n = \frac{288}{1 + (288 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{288}{1 + 2,88}$$

$$n = \frac{288}{3,88}$$

$$n = 74,23 \approx 74$$

D. Teknik Pengambilan Sampel

Metode dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang tidak memberikan kemungkinan yang sama bagi setiap unsur dalam populasi untuk dipilih sehingga dapat diambil kesimpulan atau generalisasi bagi keseluruhan. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁵

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari reponden sesuai ruang lingkup penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden

⁵ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, ...*, h. 65

untuk di isi. Tujuan pembuatan kuesioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan. Kuesioner dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner tertutup, yaitu memberikan pertanyaan dengan alternative jawaban yang sudah disiapkan. Responden hanya memilih jawaban yang sudah disiapkan.⁶

Penyebaran kuesioner ini dilakukan menggunakan *Google form*. Peneliti akan menggunakan skala likert untuk membuat kuesioner atau angket. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *Skala Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun butir-butir pertanyaan. Jawaban setiap butir pertanyaan menggunakan Skala Likert dapat berupa kata-kata, contohnya: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netran (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Pemberian Skoring:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

F. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statisik dan dapat digunakan

⁶Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), h. 131

untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian, dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.⁷ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi. Analisis regresi adalah suatu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua peubah atau lebih untuk peubah kuantitatif.⁸ Analisis ini menggunakan bantuan *software* SPSS.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan terkait dengan determinan minat beli produk kosmetik bersertifikat halal melalui sikap, norma subjektif, *perceived behavioral control*, dan promosi pada kuesioner yang harus di buang/diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Untuk menentukan r_{tabel} yaitu dengan tingkat toleransi

⁷Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ..., h. 109

⁸Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015),

kesalahan 5% dan $df = n - 2$. Dasar pengambilan keputusan uji validitas ialah membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , dimana:

- i. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} artinya kuesioner dikatakan valid
- ii. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} artinya kuesioner dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah data determinan minat beli konsumen produk kosmetik bersertifikat halal melalui sikap, norma subjektif, *perceived behavioral control*, dan promosi konsisten atau tidak. Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$.⁹

⁹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabaru Press, 2015), h.158

2. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif diperlukan uji asumsi klasik untuk menguji kecocokan data yang digunakan secara regresi ataupun secara analisis jalur. Dalam analisis berganda sangat diperlukan uji asumsi klasik dengan maksud untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat BLUE (*Best, linear, unbiased, estimated*).¹⁰

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov*.¹¹

¹⁰Novianty, dkk Metode Kuantitatif Praktis, (Bandung: PT Bima Pratama Sejahtera, 2018), h. 20.

¹¹Echo Perdana K, Olah Data Skripsi dengan SPSS 22, (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB, 2016), h. 42.

Data berdistribusi normal membentuk kurva yang relative simetris untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau mendekati normal, maka untuk melakukan uji normalitas pada penelitian ini dilakukan statistic uji Jarque Bera (JB). Dimana nilai probabilitas JB digunakan untuk pengujian hipotesis dengan ketentuan, jika nilai probabilitas (p-value) JB semakin kecil mendekati 0 maka akan menghasilkan penolakan H_0 yang menyatakan data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai probabilitas (p-value) JB semakin besar melampaui nilai probabilitas (0,05) maka akan menghasilkan penerimaan H_0 yang menyatakan data berdistribusi normal.¹²

Pedoman pengambilan keputusan:

- i. Nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, distribusi adalah tidak normal.
- ii. Nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, distribusi adalah normal.¹³

Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Data tidak berdistribusi normal

H_a : Data berdistribusi normal

¹²Jonathan Sarwono, *Prosedur-prosedur Analisis Populer Aplikasi Riset Skripsi dan Thesis dengan EViews*, (Yogyakarta: Gava Media, 2016), h.59.

¹³Nia Sari dan Ratna Wardani, *Pengolahan dan Analisa Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: deepublish, 2015), h. 53.

b. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.¹⁴

Suatu hubungan linear antara dua atau lebih variabel independent disebut sebagai *Multicolinearity*. Istilah *Multicolinearity* bertujuan untuk menunjukkan derajat atau tingkat hubungan antara variable-variabel bebas. Pada kenyataannya jarang ditemui kasus dimana variabel tidak berkorelasi ataupun variabel-variabel bebas memiliki korelasi sempurna, tetapi umumnya memiliki derajat interkorelasi di antara variabel bebas yang disebabkan saling ketergantungan berbagai variabel ekonomi sepanjang waktu. Dalam arti bahwa di antara variabel bebas pasti terdapat korelasi tetapi derajat hubungannya mungkin tidak memberikan

¹⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.103.

pengaruh yang signifikan terhadap parameter estimasi.¹⁵

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:¹⁶

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- 3) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

¹⁵Rasidin Karo-karo Sitepu dan Bonar M. Sinaga, Aplikasi Model Ekonometrika (Estimasi, Simulasi, dan Peramalan Menggunakan Program SAS @ 9.2), (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2019), h. 120.

¹⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate, ...*, h.103.

Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *tolerance* mengukur variabilitas variabel yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.¹⁷

Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Tidak terdapat multikolinearitas

H_a : Terdapat multikolinearitas

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁸

¹⁷Dedi Rosadi, "Ekonometrika & Analisis Runtun Waktu Terapan dengan EViews" (Yogyakarta: CV ANDI, 2012) h.75.

¹⁸Umar Husein, *Metode Penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis Edisi kedua*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.179-183

Heteroskedastisitas dapat diketahui salah satunya melalui Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : Tidak terjadi heteroskedastisitas

H_a : Terjadi heteroskedastisitas

G. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui determinan minat beli produk kosmetik bersertifikat halal melalui sikap, norma subjektif, *perceived behavioral control* dan promosi. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:¹⁹

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

di mana:

Y = Minat Beli

X_1 = Sikap

X_2 = Norma Subjektif

X_3 = Perceived Behavioral Control

X_4 = Promosi

α = Konstanta

¹⁹V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian,, h. 160

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi

e = error

Pengambilan keputusan uji hipotesis juga didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program SPSS statistik parametrik sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak. Artinya berpengaruh signifikan
- b. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima. Artinya tidak berpengaruh signifikan.

H. Uji Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas. Pedoman pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau f_{hitung} lebih kecil dari f_{tabel} maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : Secara simultan variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

H_a : Secara simultan variabel Y berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Tujuan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} adalah untuk mengetahui, apakah ada pengaruh secara simultan atau tidak berdasarkan secara kaidah pengujian.²⁰

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.²¹

Pedoman pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : Secara parsial variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

²⁰ Sofian Siregar, Statistika Terapan untuk Perguruan Tinggi, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 229.

²¹V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian,, h. 161-162

H_a : Secara parsial variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinansi adalah suatu alat utama untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y.²² Koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data. Atau dengan kata lain R^2 menggambarkan proporsi variasi dalam variabel tak bebas. Serta memberikan suatu ukuran secara keseluruhan mengenai sejauh mana variasi dalam suatu variabel menentukan variasi dalam variabel lain.²³

4. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi menunjukkan kemampuan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Angka koefisien korelasi yang dihasilkan dalam uji ini berguna untuk menunjukkan kuat lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

I. Variabel Penelitian

1. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas di notasikan

²²Boedijoewono, *Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis Jilid 1 Deskriptif*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), h. 275.

²³Damodar Gujarati, *Ekonometrika Dasar*, (Jakarta : Erlangga, 1999), h. 44.

dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Sikap, Norma Subjektif, *Perceived Behavioral Control*, dan Promosi.

2. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dinotasikan dengan simbol Y. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Bersertifikat Halal.²⁴

J. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Mendefinisikan variabel secara operasional adalah menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan terukur (*observable atau measurable*).²⁵ Seluruh variabel dalam penelitian ini akan diukur dengan indikator-indikator tertentu dan selanjutnya akan dijabarkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

²⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*,, h. 75.

²⁵Saban Echdar, *Metode Penelitian*,, h. 256.

Tabel 3.1
Skala Likert

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Netral (N)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Item	Indikator	Skala
Sikap (X_1)	Sikap adalah salah satu istilah psikologis yang berhubungan dengan kognisi dan perilaku. Istilah sikap dalam bahasa Inggris disebut Attitude. Sikap adalah cara menanggapi suatu rangsangan.	S ₁	Menggunakan produk kosmetik halal merupakan hal baik/positif	Likert
		S ₂	Suka memilih produk kosmetik halal	
		S ₃	Produk kosmetik halal memberikan manfaat	
		S ₄	Menghargai adanya	

	Kecenderungan untuk bereaksi terhadap suatu stimulus atau situasi yang terjadi. ²⁶		produk kosmetik halal	
Norma Subjektif (X ₂)	Norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang tentang keyakinan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. ²⁷	NS ₁	Keluarga mengutamakan dan sering membeli produk kosmetik halal	Likert
		NS ₂	Pengaruh keluarga	
		NS ₃	Teman mengutamakan dan sering membeli produk kosmetik halal	
		NS ₄	Pengaruh teman	
		NS ₅	Motivasi untuk memenuhi saran dari keluarga dan teman	
<i>Perceived Behavioral Control</i>	perceived behavioral control merupakan persepsi atau keyakinan	PBC ₁	Berhati-hati dalam memilih produk kosmetik halal	Likert

²⁶Sonitehe Gea, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Membeli Obat Di Apotik (Studi Kasus Di "Apotik Shalom"). Kota Gunungsitoli", *Jurnal EMBA*, Vol. 9, No. 4, (Oktober 2021), *Jurnal EMBA* Vol.9 No.4 Oktober 2021, h. 344

²⁷Andrew Gustnest Binalay, dkk, "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado", *Jurnal EMBA*, Vol. 4, No. 1, (Maret 2016), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, h. 397

(X ₃)	seseorang mengenai kontrol dirinya dalam menjalankan sebuah perilaku dengan melihat kelemahan dan kelebihan, penghambat dan pendorong. Jika kontrol yang dimiliki oleh seseorang tinggi dan mengarah pada hal positif, maka akan mempengaruhi intensi seseorang sebelum mengarah pada perilaku. ²⁸	PBC ₂	Menggunakan produk kosmetik halal penting bagi seorang Muslim	
		PBC ₃	Mengetahui label halal yang resmi berasal dari MUI	
		PBC ₄	Sering membeli produk kosmetik halal	
Promosi (X ₄)	Promosi merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah kegiatan suatu usaha untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkannya kepada	P ₁	Promosi sesuai dengan ajaran agama Islam	Likert
		P ₂	Pesan pada iklan mudah dipahami	
		P ₃	Promosi/iklan menarik	
		P ₄	Promosi/iklan sering dilihat	

²⁸Dhuha Hanif Bahtiar, Skripsi: "Pengaruh Attitude Towards Using,", h. 19

	konsumen, yang kemudian menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. ²⁹			
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah apa yang timbul setelah menerima stimulus dari produk yang dilihatnya sehingga ia memiliki minat untuk membeli. ³⁰	MB ₁	Berminat untuk membeli produk kosmetik halal	Likert
		MB ₂	Merekomendasikan produk kosmetik halal kepada teman	
		MB ₃	Merekomendasikan produk kosmetik halal kepada orang lain	
		MB ₄	Pembelian ulang	
		MB ₅	Memperhatikan label halal	
		MB ₆	Kosmetik yang berlabel halal terjamin kualitasnya	

²⁹Danaga Santoyo, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 154

³⁰Ali hasan, *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) h. 180