

DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, E. M., & Wulandari, D. A. (2018). *Pengaruh halal knowledge, islamic religiosity, dan attitude terhadap behavior konsumen Muslim generasi Y pengguna kosmetik halal di Surabaya. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 357-369.
- Afrianty, N., & Jannah, A. R. (2021). *Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Intensi Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswi Febi Iain Bengkulu). Journal of Indonesian Islamic Economic Finance*, 1(1), 92-117.
- Akbar, K., & Lataruva, E. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)* (Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Andre, a. (2022). *Pengaruh gaya hidup dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik dalam perspektif ekonomi islam (studi pada mahasiswi febi tahun 2016 uin raden intan lampung)* (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).
- Aulia, A. N. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Azizahtul, M. (2021). *Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control, Dan Knowledge Dalam Keputusan Pembelian Fashion Muslim Di Marketplace Pada Mahasiswa Iain Purwokerto* (Skripsi, IAIN Purwokerto).
- Bambang, R. H. Z. (2017). *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)* (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).

- Choriroh, A. (2019). *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan pembelian Produk Berlabel Halal Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening* (Skripsi, IAIN SALATIGA).
- Cupian, C., Ananda, T. D., Hanjani, J., & Shafira, F. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal, Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Produk Makanan UMKM di Jatinangor)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islami*, 1-17.
 Dari <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/sektor-industri-halal-memiliki-potensi-besar-dalam-perekonomian-nasional/>.
- Fathya, A. A. (2018). *Pengaruh Lifestyle, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Fatah Palembang* (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Kedua*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Hardani dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup Yogyakarta.
- Haro, A. (2018). *Determinants of halal cosmetics purchase intention on Indonesian female muslim customer*. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 6(1), 78-91.
- Isna A & Warto, *Analisis Kuantitatif Panduan Praktis Untuk Penelitian Sosisal dilengkapi dengan Analisis Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press, 2013. 319-360
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Kapantouw, C., & Mandey, S. L. (2015). *Pengaruh sikap, norma subyektif, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian handphone asus di gamezone computer mega mall manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. *Sektor Industri Halal Memiliki Potensi Besar dalam Perekonomian Nasional*, diakses pada tanggal 29 Maret 2022, pukul 12.04 WIB.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Jakarta:PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- LPPOM MUI, *Masa Berlaku Ketetapan Halal MUI Berubah Menjadi 4 Tahun, Bagaimana Penjelasanannya?*, <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/masa-berlaku-ketetapan-halal-mui-berubah-menjadi-4-tahun-bagaimana-penjelasanannya>, diakses pada tanggal 6 April 2022 Pukul 12.51 WIB.
- Ma'sumah, S. (2019). *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul dan Hipotesis Penelitian*. Dukuwaluh: CV. Rizquna.
- Maulana, D. (2016). *Pengaruh Norma Subyektif Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Zoya* (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Miftahuddin, M. A., Wibowo, U. D. A., & Alfalisyanto, A. (2020). *Analisis religiusitas, halal brand personality dan norma subyektif terhadap keputusan pembelian kosmetik pada Remaja di Kota Purwokerto. Al Tijarah*, 6(3), 31-42.
- Mui Digital, *Kongres Halal Internasional 2022 dan Optimalisasi Potensi Halal Dunia*”, <https://mui.or.id/opini/35765/kongres-halal-internasional-2022-dan-optimalisasi-potensi-halal-dunia/> , diakses pada tanggal 29 Maret 2022, pukul 17.17 WIB.
- Nabbila, F. L. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, Dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Kasus pada Mahasiswi IAIN Tulungagung)* (Skripsi, IAIN Tulungagung).
- Nanang Martono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasikan, S. A. (2013). Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merk Nokia. *Jurnal: Manajemen dan Akuntansi*, 2.

- Nindyawati, V., & Iriani, S. S. (2014). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1593-1605.
- Nopita, S. (2020). *Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal (Studi Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Angkatan 2016)* (Skripsi, IAIN Bengkulu).
- Nurdiana, E. (2018). *Pengaruh Brand Liking, Subjective Norm, Attitude Toward Behaviour terhadap Purchase Intention kosmetik berlabel Halal: studi kasus mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Perkasa, D. H., & Wakhid, M. A. (2017). *Pengaruh Atribut Produk Dan Pengetahuan Konsumen Tentang Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 385-397.
- Pratana, J. A. J. (2014). *Analisis pengaruh sikap, subjective norm dan perceived behavioral control terhadap purchase intention pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1).
- Puspita, Y., & Untarini, N. (2014). *Analisis perbedaan gaya hidup dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas di Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1503-1511.
- Putra, A. H., & Widiyanto, I. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Liking, Subjective Norm, Attitude Towards Brand Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal di Kota Semarang* (Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Putri, F. R., Hidayat, C. W., & Nurfarida, I. N. (2018). *Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Keputusan Pembelian Barang secara Online melalui Aplikasi Shopee. Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 4(2).

- Qur'ani, Z. (2021). *Pengaruh Halal Knowledge dan Brand Awareness terhadap keputusan pembelian produk Safi Pada Mahasiswi UIN Sunan Ampel* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Rahmanita, M., & Sharif, O. O. (2021). *Pengaruh Religiosity Dan Subjective Norm Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Attitude Terhadap Produk Halal Di Indonesia (studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Bandung)*. *eProceedings of Management*, 8(4).
- Ratnawati, Y., & Anwar, S. (2021). *Determinan Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Oleh Muslimah Milenial Di Indonesia*. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 305-315.
- Rofifah, R., & Mas'ud, F. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Bersertifikat Halal* (Skripsi, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). *Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat beli pada kosmetik halal melalui sikap*. *Journal Ecodemica*, 1(1), 27-35.
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). *Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat beli pada kosmetik halal melalui sikap*. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 27-35.
- Sahid Raharjo. *Uji Heteroskedastisitas dengan Rank Spearman dalam SPSS*, <https://www.konsistensi.com/2017/01/uji-heteroskedastisitas-dengan-rank.html>, diakses pada 18 Mei 2022 pukul 17.25 WIB.
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). *Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan*. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3(1).
- Saifuddin, S., & Aisyah, S. (2021). *Millenial Generation Consumer Preferences and Perception of Halal Cosmetics (Case Study at Nurul Jadid Islamic Boarding School)*. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonmi dan Perbankan Syariah*, 5(2).

- Sama, R., & Trivedi, J. P. (2019). *Factors affecting consumers' loyalty towards halal cosmetics: an emerging market perspective. International Journal of Business and Emerging Markets*, 11(3), 254-273.
- Santoso. (2001). *Statistik Multivariant*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sasmito, B. A. (2013). *Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merk Nokia. Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(1).
- Septiani, R. D. A. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Brand Imege, dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Tulungagung* (Skripsi, Universitas Tulungagung).
- Sigit Hermawan dan Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Stanley Lemeshow et. all. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta).
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supardin, L. (2022). *Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk berlabel halal. Jemba: jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 1(1), 71-82.

- Syahrul, A. R., & Saputra, S. E. (2021). *Pengaruh Pengaruh Norma Subjektif, Risiko Membeli dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Palsu (Studi Empiris Pada Mahasiswa di Kota Padang)*. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2).
- Syaifuddin Azwar. (2004). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syofian Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Wadun, K. Z., Djailani, A. K., & Slamet, A. R. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(13).
- Wahyuningsih, I. (2018). *Intensi konsumen terhadap kosmetik dan produk skincare halal di Indonesia: Pendekatan theory of planned behavior*. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(1).
- Wakhid, M. A. (2017). *Pengaruh Atribut Produk Dan Pengetahuan Konsumen Tentang Produk Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc (Studi Kasus Pada Pengunjung KFC Daan Mogot)* (Skripsi, Universitas Mercu Buana).
- Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). *The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*. *JEBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)/ Journal Of Islamic Economics And Business*, 5(2), 168-180.

LAMPIRAN

Kepada Yth:

Saudara/I Responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya Riin Idzni Aliya Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang sedang melakukan penelitian (tugas Akhir/Skripsi). Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan **“Pengaruh Norma Subjektif, Pengetahuan Produk Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Berlabel Halal Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Palembang”**. Oleh karena itu diperlukan dukungan dan partisipasi dari teman-teman sekalian untuk dapat meluangkan waktu mengisi kuesioner ini.

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat, oleh karena itu dimohon kesediaannya untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah.

Terima kasih. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Riin Idzni Aliya

KUESIONER PENELITIAN

A. Karakteristik Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
 - 17-22
 - 23-27
4. Asal Kampus :
5. Tahun Angkatan :
6. Jumlah Uang saku per bulan :
 - <Rp. 500.000
 - Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
 - >Rp. 1.000.000
7. Apakah anda mahasiswa aktif yang kuliah di kota Palembang (bukan domisili):
 - Ya
 - Tidak
8. Apakah anda beragama islam:
 - Ya
 - Tidak
9. Apakah anda pernah membeli produk kosmetik berlabel halal:
 - Ya
 - Tidak
10. Sebutkan beberapa merk kosmetik berlabel halal yang anda gunakan:
11. Sebutkan beberapa jenis kosmetik yang anda beli yang memiliki label halal (contoh: lipstick, bedak, foundation, concealer, dll):
12. Berapa kali anda melakukan pembelian kosmetik berlabel halal:
 - < 2 kali/bulan
 - 2-5 kali/bulan
 - >5 kali/bulan

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Pada pernyataan-pernyataan dibawah ini pilihlah jawaban yang sesuai dengan anda, dengan cara memberikan tanda pada pilihan ganda yang telah tersedia pada masing-masing kuesioner

Keterangan :

- | | | | |
|--------|-----------------------|-------|-----------------|
| 1. STS | : Sangat Tidak Setuju | 4. S | : Setuju |
| 2. TS | : Tidak Setuju | 5. SS | : Sangat Setuju |

3. KS : Kurang Setuju

C. Pertanyaan-Pertanyaan:

Norma Subjektif (X1)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
	Motivasi Mematuhi					
	1. Saya menggunakan produk kosmetik halal yang bersertifikasi MUI karena sesuai dengan tuntunan syariah.					
	2. Keluarga dan orang tua saya mengajarkan untuk menggunakan kosmetik yang bersertifikat halal MUI					
	Kepercayaan Normative					
	3. Saya akan mengikuti saran atau pendapat teman saya dan berniat membeli kosmetik halal apabila cocok dengan saya.					
	4. Saya tertarik menggunakan produk kosmetik halal jika orang-orang yang penting bagi saya juga menggunakan produk kosmetik berlabel halal.					

Pengetahuan Produk Halal (X2)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
	Pengetahuan karakteristik dan atribut dari produk					
	1. Saya menyadari dan mengerti adanya logo halal yang tertera pada kemasan produk kosmetik saya.					
	2. Sebelum saya membeli produk kosmetik, saya terlebih dahulu memperhatikan komposisi yang ada dalam produk tersebut.					
	Pengetahuan tentang manfaat produk					
	3. Menggunakan produk kosmetik halal akan memberikan rasa nyaman dan tidak khawatir lagi akan bahan-bahan yang berbahaya.					
	4. Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang kandungan dalam kosmetik yang dilarang oleh Islam.					
	Pengetahuan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen					
	5. Saya menyadari dengan adanya label halal pada kosmetik akan memberikan kepercayaan lebih baik dari segi keamanan dan kualitas produk.					
	6. Produk kosmetik yang telah terbukti halal tidak merusak apabila digunakan, dan tidak kalah dari produk kosmetik lainnya dalam menunjang kecantikan.					

Gaya Hidup (X3)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
	Aktivitas					
	1. Saya menggunakan kosmetik halal dalam aktivitas sehari-hari.					
	2. Saya menggunakan kosmetik halal untuk menunjang penampilan.					
	Minat					
	3. Saya tertarik menggunakan produk kosmetik halal karena produknya yang berkualitas.					
	4. Produk kosmetik halal yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.					
	Opini					
	5. Menurut saya produk kosmetik halal mempunyai kualitas yang baik dan dapat meningkatkan kepercayaan diri saya dalam berpenampilan.					
	6. Manfaat produk kosmetik halal yang ditawarkan sesuai dengan hasil yang didapatkan.					

Keputusan Pembelian (Y)						
No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
	Pengenalan Kebutuhan					
	1. Saya merasa produk kosmetik halal sesuai dengan kebutuhan saya. Dari segi kualitas, mutu dan jaminan halal adalah standar yang selalu saya terapkan dalam mempertimbangkan pemilihan produk kosmetik.					
	2. Saya menggunakan produk kosmetik halal karena cocok dan sesuai dengan kebutuhan kulit saya					
	Pencarian Informasi					
	3. Saya mencari informasi tentang produk kosmetik sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.					
	4. Saya memperoleh informasi tentang produk kosmetik halal dari pengalaman pribadi, teman, keluarga, iklan, dan media massa.					
	Pemilihan Alternatif					
	5. Sebelum membeli kosmetik saya mempertimbangkan kualitas kosmetik berlabel halal dengan kosmetik yang tidak berlabel halal.					
	6. Kelengkapan atribut pada kemasan produk kosmetik seperti "Label Halal" berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian produk.					
	Keputusan Pembelian					
	7. Saya memutuskan untuk membeli produk kosmetik halal karena memenuhi syarat kehalalan sesuai syariat Islam.					
	8. Saya memutuskan membeli produk kosmetik halal karena mudah didapatkan di pasaran.					
	Perilaku Pasca Pembelian					

	9. Saya akan membeli kembali produk kosmetik halal karena saya merasa aman dan puas setelah membeli produk kosmetik yang berlabelkan halal.					
	10. Setelah saya membeli, saya akan merekomendasikan ke teman bahwa produk kosmetik bersertifikat halal itu baik untuk dikonsumsi.					

NORMA SUBJEKTIF (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	5	5	5	5	20
2	5	5	4	4	18
3	5	4	4	4	17
4	5	4	5	4	18
5	4	4	4	4	16
6	5	5	5	4	19
7	5	4	5	4	18
8	5	4	4	5	18
9	4	3	4	4	15
10	4	3	3	3	13
11	5	4	5	4	18
12	5	5	4	5	19
13	5	5	4	5	19
14	5	5	5	5	20
15	5	4	5	4	18
16	5	5	4	4	18
17	3	4	3	2	12
18	4	4	4	2	14
19	4	4	4	4	16
20	4	4	5	5	18
21	5	4	4	3	16
22	5	4	4	4	17
23	5	5	4	5	19
24	5	3	5	4	17
25	5	5	1	1	12
26	2	3	4	2	11
27	4	4	5	4	17
28	5	5	5	5	20
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	4	5	5	5	19
33	4	4	5	4	17
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	16
36	4	3	4	3	14

37	5	5	5	5	20
38	5	5	3	3	16
39	5	5	4	4	18
40	5	4	4	2	15
41	5	5	4	5	19
42	5	2	3	4	14
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	5	5	3	3	16
46	5	5	5	5	20
47	4	5	4	3	16
48	5	5	5	5	20
49	4	2	5	3	14
50	5	4	5	5	19
51	4	4	3	4	15
52	5	3	4	3	15
53	5	5	4	4	18
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	4	19
56	3	3	2	2	10
57	3	3	4	4	14
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	4	19
60	5	5	4	4	18
61	5	4	5	1	15
62	5	5	5	5	20
63	4	4	4	4	16
64	4	4	5	4	17
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	4	4	4	3	15
69	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	4	4	4	3	15
74	5	5	4	4	18
75	5	5	5	5	20
76	5	5	4	1	15
77	5	5	4	2	16
78	4	5	4	4	17
79	4	4	4	4	16
80	5	5	3	4	17
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	5	4	17
84	5	5	4	4	18

85	4	5	5	5	19
86	5	5	4	3	17
87	5	4	4	4	17
88	4	4	4	4	16
89	5	5	5	5	20
90	5	5	5	5	20
91	4	4	4	2	14
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	5	17
94	3	3	5	3	14
95	3	3	5	3	14
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	4	3	4	4	15
99	4	4	4	4	16
100	5	4	4	4	17

PENGETAHUAN PRODUK HALAL (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	4	5	5	29
3	5	4	5	4	5	5	28
4	4	5	3	4	5	3	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	5	5	5	4	5	29
7	4	4	5	3	4	3	23
8	4	4	5	4	4	5	26
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	3	3	5	5	26
11	5	4	5	5	4	5	28
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	4	5	5	29
14	5	5	4	5	5	5	29
15	4	4	5	4	4	5	26
16	5	5	5	4	5	5	29
17	4	3	4	3	3	3	20
18	4	4	4	3	5	5	25
19	4	5	5	5	5	4	28
20	4	5	5	4	4	4	26
21	4	5	5	5	5	4	28
22	4	5	5	5	2	3	24
23	5	5	5	5	4	4	28
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	3	5	5	3	26
26	4	4	3	5	4	3	23
27	4	5	5	5	5	5	29

28	4	5	5	4	4	4	26
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	5	4	5	5	27
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	4	5	5	29
34	5	5	5	5	5	5	30
35	3	5	4	3	4	4	23
36	4	4	5	3	4	3	23
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	4	5	5	29
39	5	4	4	4	4	4	25
40	4	5	5	4	5	5	28
41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	4	4	4	4	4	25
43	5	4	5	5	5	5	29
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	5	4	25
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	3	5	3	5	5	25
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	4	3	5	4	26
50	5	4	5	3	5	3	25
51	2	3	4	3	4	3	19
52	5	5	4	2	3	4	23
53	4	3	4	5	4	4	24
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	5	4	4	5	26
57	4	3	4	2	3	3	19
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	4	5	3	4	3	24
60	4	5	5	4	4	5	27
61	5	3	5	4	5	4	26
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	4	4	5	5	26
64	4	5	5	5	5	5	29
65	5	5	5	5	5	4	29
66	5	4	5	4	5	5	28
67	4	5	5	3	5	5	27
68	4	4	5	3	4	4	24
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	5	4	4	5	3	26
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	3	23
74	5	4	5	3	5	4	26
75	3	5	4	2	2	2	18

76	5	4	5	4	5	5	28
77	5	5	5	4	5	5	29
78	4	4	4	5	5	5	27
79	5	5	4	3	4	3	24
80	5	5	5	5	5	5	30
81	3	3	4	2	4	2	18
82	4	4	4	4	5	3	24
83	5	5	5	4	5	5	29
84	5	5	5	4	5	5	29
85	4	4	5	3	5	4	25
86	4	5	5	5	5	5	29
87	4	4	5	3	4	4	24
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	4	4	3	4	4	23
92	5	5	5	4	5	4	28
93	5	5	4	4	4	4	26
94	4	4	4	3	4	3	22
95	5	5	5	2	4	5	26
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	4	4	4	3	4	3	22
99	4	5	5	4	4	4	26
100	3	3	5	3	5	4	23

GAYA HIDUP (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
1	1	1	5	5	5	5	22
2	5	4	4	5	5	4	27
3	4	5	5	4	4	4	26
4	3	4	5	3	4	5	24
5	3	3	3	3	3	3	18
6	5	5	5	4	5	5	29
7	4	4	4	4	5	4	25
8	4	5	4	4	5	4	26
9	4	4	4	4	4	4	24
10	3	3	4	3	4	4	21
11	5	4	5	4	4	4	26
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	5	4	5	5	5	28
15	5	4	5	5	5	4	28
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	3	5	5	4	4	26
18	4	4	4	4	4	4	24

19	5	5	5	5	5	4	29
20	5	5	4	4	4	4	26
21	5	4	4	5	5	4	27
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	4	29
24	5	5	5	5	4	5	29
25	5	5	5	5	4	5	29
26	4	2	3	4	4	3	20
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	3	4	3	22
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	5	4	4	5	28
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	5	30
34	2	1	5	2	5	4	19
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	3	4	3	3	3	20
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	4	5	5	5	4	28
40	5	4	5	5	5	5	29
41	4	5	5	5	5	5	29
42	4	4	5	4	4	4	25
43	4	5	5	5	5	5	29
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	4	5	4	25
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	5	5	5	5	5	29
51	3	3	3	3	3	4	19
52	5	5	5	3	3	3	24
53	5	5	5	5	4	5	29
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	3	3	4	3	3	19
58	4	4	5	5	5	5	28
59	4	4	5	5	5	4	27
60	5	4	5	5	5	4	28
61	4	4	5	4	3	3	23
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	4	4	4	5	27
64	5	4	4	4	4	4	25
65	3	5	5	5	5	5	28
66	5	5	5	4	5	4	28

67	4	5	5	4	5	5	28
68	4	5	5	5	5	4	28
69	5	5	5	5	5	5	30
70	4	4	4	4	5	5	26
71	5	5	5	5	5	4	29
72	5	5	5	5	4	4	28
73	4	5	4	5	4	3	25
74	5	5	4	5	4	4	27
75	5	5	2	5	1	5	23
76	5	4	5	5	4	4	27
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	5	5	5	5	28
79	4	4	5	5	4	4	26
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	2	4	4	22
82	4	3	4	5	3	4	23
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	3	4	3	22
85	2	3	5	5	5	5	25
86	4	3	5	5	4	5	26
87	5	4	5	4	4	4	26
88	4	4	5	4	4	4	25
89	5	5	5	5	4	5	29
90	5	5	5	5	5	5	30
91	3	4	4	4	4	4	23
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	5	5	4	4	4	26
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	3	3	3	4	3	4	20
99	5	4	5	5	5	4	28
100	4	5	4	4	4	4	25

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL
1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	44
2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	39
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
7	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	42
8	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
9	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41

10	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	41
11	5	4	4	5	3	3	4	3	4	4	39
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
15	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47
16	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
17	3	4	5	4	5	3	3	3	3	3	36
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	44
20	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
21	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44
22	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
23	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
24	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	46
25	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	46
26	4	4	5	3	4	4	3	2	3	3	35
27	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
34	3	5	3	5	3	4	5	4	2	5	39
35	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
36	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	37
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
39	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
40	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
41	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
42	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
45	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	44
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45
50	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
51	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	41
52	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
53	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	40
57	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31

58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	4	5	3	5	5	4	4	5	43
60	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
61	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	45
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
64	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
66	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	44
67	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
68	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	36
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
71	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
72	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
75	4	5	1	5	5	5	5	2	5	5	42
76	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	46
77	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
78	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	46
79	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4	41
82	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	43
83	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
84	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44
85	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
86	4	5	5	4	5	5	5	2	5	5	45
87	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	37
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
94	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	39
95	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
98	5	3	5	5	4	2	3	3	3	3	36
99	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	45
100	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	39

Distribusi Responden:

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	24	24.0	24.0	24.0
	Perempuan	76	76.0	76.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-22 Tahun	91	91.0	91.0	91.0
	23-27 Tahun	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Asal Kampus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IKesT Muhammadiyah Palembang	5	5.0	5.0	5.0
	Politeknik Negeri Sriwijaya	3	3.0	3.0	8.0
	UIN Raden Fatah Palembang	65	65.0	65.0	73.0
	Universitas Indo Global Mandiri Palembang	2	2.0	2.0	76.0
	Universitas Kader Bangsa	1	1.0	1.0	77.0
	Universitas Muhammadiyah Palembang	5	5.0	5.0	82.0
	Universitas PGRI Palembang	3	3.0	3.0	85.0
	Universitas Sriwijaya	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tahun Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2017	9	9.0	9.0	9.0
	2018	73	73.0	73.0	82.0
	2019	7	7.0	7.0	89.0
	2020	7	7.0	7.0	96.0
	2021	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah Uang Saku Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp. 500.000	33	33.0	33.0	33.0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	60	60.0	60.0	93.0
	>Rp.1.000.000	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Data Kosmetik Berlabel Halal yang Digunakan Responden

No.	Merk Kosmetik Yang Digunakan	Responden	Persentase (%)
1.	Kahf	5	5.0%
2.	Ms Glow	5	5.0%
3.	Wardah	40	40.0%
4.	Garnier	5	5.0%
5.	Mens Biore	2	2.0%
6.	Emina	19	19.0%
7.	Nivea Man	5	5.0%
8.	Safi	1	1.0%
9.	Sariayu	5	5.0%
10.	Makeover	10	10.0%
11.	Marcks	3	3.0%
	Total	100	100.0%

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas:

a. Norma Subjektif (X1)

		Correlations				
		NS.1	NS.2	NS.3	NS.4	Total_NS
NS.1	Pearson Correlation	1	.599**	.233*	.369**	.695**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NS.2	Pearson Correlation	.599**	1	.229*	.402**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.022	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NS.3	Pearson Correlation	.233*	.229*	1	.558**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.020	.022		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
NS.4	Pearson Correlation	.369**	.402**	.558**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_NS	Pearson Correlation	.695**	.728**	.691**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.718	4

b. Pengetahuan Produk Halal (X2)

		Correlations						Total_
		PPH.1	PPH.2	PPH.3	PPH.4	PPH.5	PPH.6	PPH
PPH.1	Pearson Correlation	1	.501**	.306**	.433**	.442**	.482**	.718**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PPH.2	Pearson Correlation	.501**	1	.262**	.454**	.285**	.401**	.663**

	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.000	.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PPH.3	Pearson Correlation	.306**	.262**	1	.300**	.296**	.541**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.002	.008		.002	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PPH.4	Pearson Correlation	.433**	.454**	.300**	1	.457**	.522**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PPH.5	Pearson Correlation	.442**	.285**	.296**	.457**	1	.590**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.003	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PPH.6	Pearson Correlation	.482**	.401**	.541**	.522**	.590**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_	Pearson Correlation	.718**	.663**	.599**	.771**	.713**	.832**	1
PPH	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.810	6

c. Gaya Hidup (X3)

Correlations

		GH.1	GH.2	GH.3	GH.4	GH.5	GH.6	Total_
								GH
GH.1	Pearson Correlation	1	.697**	.325**	.463**	.210*	.252*	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.036	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
GH.2	Pearson Correlation	.697**	1	.353**	.438**	.282**	.422**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
GH.3	Pearson Correlation	.325**	.353**	1	.440**	.644**	.477**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000

N	100	100	100	100	100	100	100
GH.4 Pearson Correlation	.463**	.438**	.440**	1	.447**	.553**	.763**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
GH.5 Pearson Correlation	.210*	.282**	.644**	.447**	1	.500**	.688**
Sig. (2-tailed)	.036	.005	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
GH.6 Pearson Correlation	.252*	.422**	.477**	.553**	.500**	1	.713**
Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Total GH Pearson Correlation	.706**	.762**	.720**	.763**	.688**	.713**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.817	6

d. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations										Total
		KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	KP.6	KP.7	KP.8	KP.9	KP.10	_KP
KP. 1	Pearson Correlation	1	.313**	.363**	.473**	.542**	.332**	.490**	.380**	.485**	.454**	.700**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 2	Pearson Correlation	.313**	1	.207*	.286**	.355**	.460**	.473**	.295**	.400**	.591**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.002		.039	.004	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 3	Pearson Correlation	.363**	.207*	1	.263**	.499**	.348**	.251*	.287**	.308**	.129	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000	.039		.008	.000	.000	.012	.004	.002	.201	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 4	Pearson Correlation	.473**	.286**	.263**	1	.365**	.291**	.553**	.364**	.359**	.557**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.008		.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 5	Pearson Correlation	.542**	.355**	.499**	.365**	1	.563**	.497**	.254*	.396**	.332**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.011	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 6	Pearson Correlation	.332**	.460**	.348**	.291**	.563**	1	.571**	.413**	.543**	.442**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 7	Pearson Correlation	.490**	.473**	.251*	.553**	.497**	.571**	1	.420**	.539**	.589**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 8	Pearson Correlation	.380**	.295**	.287**	.364**	.254*	.413**	.420**	1	.548**	.449**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.004	.000	.011	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 9	Pearson Correlation	.485**	.400**	.308**	.359**	.396**	.543**	.539**	.548**	1	.531**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP. 10	Pearson Correlation	.454**	.591**	.129	.557**	.332**	.442**	.589**	.449**	.531**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.201	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tot al_	Pearson Correlation	.700**	.641**	.537**	.643**	.700**	.726**	.778**	.650**	.748**	.738**	1
KP	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

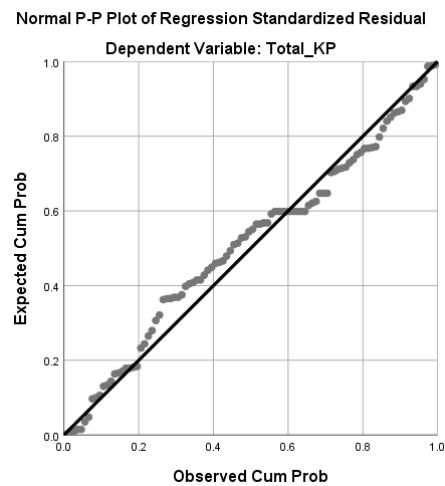
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.874	10

Hasil Uji Asumsi Klasik:

Uji Normalitas Kurva Normal Probability P-Plot



Uji Normalitas One-Sampel Kolmogrov-Smirnov Test dengan Metode Monte Carlo

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.60605362	
Most Extreme Differences	Absolute	.100	
	Positive	.064	
	Negative	-.100	
Test Statistic		.100	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.015 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.255 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.244
		Upper Bound	.266

a. Test distribution is Normal.

Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Rank Spearman

			Unstandardized Residual	Total NS	Total PPH	Total GH
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.044	.096	.039
		Sig. (2-tailed)	.	.661	.344	.699
		N	100	100	100	100
	Total_NS	Correlation Coefficient	.044	1.000	.651*	.539**
		Sig. (2-tailed)	.661	.	.000	.000
		N	100	100	100	100
	Total_PPH	Correlation Coefficient	.096	.651**	1.000	.705**
		Sig. (2-tailed)	.344	.000	.	.000
		N	100	100	100	100
	Total_GH	Correlation Coefficient	.039	.539**	.705*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.699	.000	.000	.
		N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.082	2.561		2.766	.007		
Total_NS	.341	.139	.171	2.443	.016	.649	1.540
Total_PPH	.408	.124	.265	3.283	.001	.488	2.050
Total_GH	.773	.115	.521	6.746	.000	.531	1.884

a. Dependent Variable: Total_KP

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.834 ^a	.696	.686	2.646	1.794

a. Predictors: (Constant), Total_GH, Total_NS, Total_PPH

b. Dependent Variable: Total_KP

Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual *	Between Groups	(Combined) Linearity	635.678	79	8.047	4.387	.000
Unstandardized Predicted Value		Deviation from Linearity	.000	1	.000	.000	1.000
			635.678	78	8.150	4.443	.000
	Within Groups		36.682	20	1.834		
	Total		672.360	99			

Uji Hipotesis:

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.082	2.561		2.766	.007
	Total_NS	.341	.139	.171	2.443	.016
	Total_PPH	.408	.124	.265	3.283	.001
	Total_GH	.773	.115	.521	6.746	.000

a. Dependent Variable: Total_KP

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1538.390	3	512.797	73.217	.000 ^b
	Residual	672.360	96	7.004		
	Total	2210.750	99			

a. Dependent Variable: Total_KP

b. Predictors: (Constant), Total_GH, Total_NS, Total_PPH

Uji Koefisien Determinasi (R²)



Model Summary






Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.686	2.646

a. Predictors: (Constant), Total_GH, Total_NS, Total_PPH

Lembar Konsultasi/Bimbingan Skripsi

Nama : Riin Idzni Aliya
 NIM : 1810602056
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Norma Subjektif, Pengetahuan Produk Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim di Kota Palembang.
 Pembimbing I : Dr. Titin Hartini, SE., M.Si

No.	Hari/tanggal	Konsultasi	Paraf
1.	15 Maret 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki judul / cari referensi terkait dan var yg diteliti - Ubah nama variabel dan menggunakan bahasa yg baik. - Intensi pembelian sebaiknya di ubah menjadi Keputusan Pembelian Konsumen. - Tambahkan 1 variabel yg mempengaruhi Y. 	
2.	23 Maret 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki Bab I & II - Tambahkan faktor luar yg mempengaruhi Keputusan Pemb. Kosmetik halal. - FG 	

No.	Hari/tanggal	Konsultasi	Paraf
3.	5 April 2022	Acc Bab I & II. Perbaiki sedikit (Sampai) di bab III.	
4.	8 April 2022	Acc Bab III. Lanjut Bab IV & V.	
5.	10 Juni 2022	Perbaiki Bab IV & V	
6.	20 Juni 2022	Perbaiki lagi Bab IV & V	
7.	21 Juni 2022	Acc Bab IV & V. Lanjut uji turnitin. Siap diujikan	






PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Lembar Konsultasi/Bimbingan Skripsi

Nama : Riin Idzni Aliya
NIM : 1810602056
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Norma Subjektif, Pengetahuan Produk Halal dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim di Kota Palembang.
Pembimbing 2 : Fatimatuz Zuhro, S.H.I., M.E

No.	Hari/tanggal	Konsultasi	Paraf
1.	10/12/2021	Kumpul SK dan Proposal - ganti judul baru.	
2.	15/12/2021	Acc judul baru lanjut buat bab 1-3.	
3.	14/01/2022	- Buat daftar isi Sementara dari bab 1-5 - Tambahkan Research gap. - Tambahkan teori	
4.	25/02/2022	Perbaiki Footnote dan Perbaiki bab 2-3	
5.	02/03/2022	Acc Bab 1-3. lanjut ke dospem 1	

No.	Hari/tanggal	Konsultasi	Paraf
6.	27/05/2022	Bimbingan bab 4-5 <ul style="list-style-type: none"> - Tabel dibuat manual - Tambah gambaran objek - di kesimpulan ditambahkan deskripsi sekalah hasil penelitian secara kuantitatif. - penulisan sub bab sesuai pedoman. 	
7.	30/05/2022	perbaikan lampiran + tabel	
8.	08/06/2022	ACC Bab IV - V Siap diujikan.	

RIWAYAT HIDUP



Nama : Riin Idzni Aliya
Tempat, Tanggal Lahir : Cinta Kasih, 23 Juli 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Dusun 1 Desa Simpang Tanjung, Kecamatan Belimbing, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan.
No. Telephone : 085809004283
Email : riinidzni@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2018 – Sekarang : Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang.
Tahun 2015 – 2018 : SMA Negeri 1 Gunung Megang
Tahun 2012 – 2015 : SMP Negeri 4 Gunung Megang
Tahun 2006 – 2012 : SD Negeri 33 Gunung Megang