

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen di Yogyakarta dengan menggunakan *Theory Planned Behavior* sebagai variabel dalam penelitian ini. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen wanita yang berada di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 153 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS 21.

Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh hasil bahwa sikap berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kosmetik berlabel halal, norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kosmetik berlabel halal, sikap memediasi norma subjektif terhadap minat beli kosmetik berlabel halal dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli kosmetik berlabel halal.

Kata Kunci : *Theory Planned Behavior*, Kosmetik Halal, Perilaku Konsumen, *Structural Equation Modeling*

ABSTRACT

This study aims to analyze the Consumer's Purchasing Behavior Toward Halal Labeled Cosmetic in Yogyakarta by using Theory Planned Behavior as variables in this study. Subjects in this study were female consumers residing in Yogyakarta. In this study the sample used amounted to 153 respondents selected using purposive sampling method. The data analysis used is Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 21 program.

Based on the analysis, it can be concluded that attitudes significantly influence on intention to purchase halal labeled cosmetics, subjective norms have no significant influence on intention to purchase halal labeled cosmetics, the attitude of mediating subjective norms on intention to purchase labeled halal cosmetics and perception of behavior control significant influence on intention to purchase halal labeled cosmetics.

Keywords: Theory Planned Behavior, Halal Cosmetics, Consumer Behavior, Structural Equation Modeling