

**PENGARUH *RELIGIOUSITY* , *SUBJECTIVE NORMS*, DAN
ATTITUDE TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
HALAL DI TOKOPEDIA SALAM**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI ISLAM**



oleh:

**SALWA FERAHAN
NIM: 041811433118**

PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

**THE EFFECT OF RELIGIOUSITY, SUBJECTIVE NORMS,
AND ATTITUDE ON PURCHASE INTENTION OF HALAL
PRODUCTS IN TOKOPEDIA SALAM**

THESIS

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
BACHELOR OF ISLAMIC ECONOMICS**



by:

**SALWA FERAHIAN
NIM: 041811433118**

ISLAMIC ECONOMICS STUDY PROGRAM

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

SURABAYA

2022

SKRIPSI
PENGARUH *RELIGIOUSITY* , *SUBJECTIVE NORMS*, DAN
***ATTITUDE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK**
HALAL DI TOKOPEDIA SALAM

DIAJUKAN OLEH:

SALWA FERAHAN
NIM: 041811433118

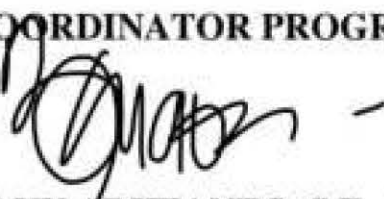
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. ARI PRASETYO, S.E., M.Si. TANGGAL 18 MEI 2022
NIP. 197101162005011002

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



BAYU ARIFANTO, S.E., MBA., Ph.D TANGGAL 18 MEI 2022
NIP. 198502102010121004

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Salwa Ferahian, 041811433118, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 13 April 2022



Salwa Ferahian
NIM: 041811433118

DECLARATION

I, Salwa Ferahian, 041811433118, declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or refereed to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 13 April 2022



Salwa Ferahian
NIM: 041811433118

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji Syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan kasih sayang dan berkah-Nya yang selalu memberikan kemudahan dan kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Religiosity*, *Subjective Norms*, dan *Attitude* Terhadap *Purchase Intention* Produk Halal di Tokopedia Salam”. Lalu tidak lupa kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi pengingat peneliti agar selalu semangat dan bahagia dalam menghadapi masa-masa sulit selama penulisan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Secara sadar peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian ini, tetapi peneliti yakin penelitian ini akan memiliki manfaat bagi pembaca dan para peneliti selanjutnya. Pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yaitu Muhammad Shobah dan Jazilaturrahmah, adik kandung peneliti yaitu Ahfaitar Abdil Hakim dan Ahmad Badiuzzaman, eyang, mbah, dan keluarga besar lainnya yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada peneliti sehingga menjadi sumber motivasi utama peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Prof. Hj Dian Agustina, SE., M.Si., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga beserta jajaran
3. Dr. Sri Herianingrum, S.E., M.Si., Ak. Selaku ketua Departemen Ekonomi Syariah dan Bayu Arie Fianto, SE., MBA., Ph.D selaku koordinator program studi sarjana Ekonomi Islam. Terimakasih telah senantiasa memberikan ilmu kepada peneliti ketika proses belajar-mengajar di kelas, dan ilmu yang telah diberikan.
4. Dr. Ari Prasetyo, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan nasihat dan arahan kepada peneliti. Terimakasih atas motivasi yang bermanfaat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan target yang telah diinginkan.
5. Noven Suprayogi, S.E., M.Si., Ak. Selaku dosen wali peneliti. Terimakasih atas bimbingan dalam menjalani masa perkuliahan.
6. Seluruh staff pengajar dan staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, secara khusus staff pengajar dan staff administrasi Departemen Ekonomi Syariah yang telah memberikan informasi, ilmu, serta kelancaran dalam menyelesaikan administrasi skripsi peneliti..
7. Segenap pengurus Himpunan Mahasiswa Ekonomi Islam 2019 dan 2020, secara khusus untuk divisi JAKESMA terimakasih sudah memberikan

peneliti pengalaman yang sangat banyak dan amanah selama dua periode yang akan dijadikan pelajaran oleh peneliti di masa yang akan datang.

8. Keluarga kedua peneliti yang selalu memberikan semangat serta motivasi, memberikan teguran dan arahan ketika peneliti melakukan hal yang salah, dan selalu memback-up peneliti apapun yang terjadi ketika masa kuliah ini berlangsung yaitu Dhea Salsabella, Adelia Dwi Febrianti, dan Bena Mutiara Dwi Ulfa.
9. Sahabat peneliti yaitu Aprilia Akhsanatul, Dea Kartika, Elvita Dwi, Aisyah Amalia Ramadhani, Salsabila Fatinah, Fandya Rasmita Diniswara, Purwanti Fadiah, Ananda Dhynta, Riri Ika, Almira Aurellia, Firzannida dan Iqbal Zamy yang telah memberikan semangat dan dukungan tiada henti kepada peneliti sejak dahulu kala hingga saat ini, Terimakasih tanpa bantuan kalian, peneliti mungkin tidak dapat sampai dititik sekarang.
10. Mentor dalam menulis penelitian ini yaitu Haekal Putra Perdana yang telah membantu memberikan ilmu, arahan, serta motivasinya untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Teman seperjuangan peneliti selama menjalani internship yaitu Nabilah Alfiani yang telah berproses bersama dan memberikan dukungan satu sama lain selama proses ini berlangsung.
12. Teman Ekonomi Islam Angkatan 2018 FALCON, terimakasih atas pengalaman 4 tahun ini yang selalu mendukung satu sama lain selama proses perkuliahan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu eprsatu oleh peneliti yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih Banyak tiada berarti skripsi ini tanpa bantuan kalian.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

25 April 2022



Salwa Ferahian

Pengaruh *Religiosity*, *Subjective Norms*, dan *Attitude Terhadap Purchase Intention Produk Halal di Tokopedia Salam*

Salwa Ferahan

ABSTRAK

Seiring dengan penggunaan teknologi dan internet yang semakin berkembang, terjadinya perubahan kebiasaan masyarakat dari berbelanja *offline* menjadi *online*. *E-commerce* merupakan salah satu media dalam berbelanja *online* dan Tokopedia Salam merupakan salah satu *E-commerce* Indonesia yang menyediakan fitur kurasi terhadap produk halal. dengan banyaknya populasi muslim di Indonesia, *religiusitas*, *attitude*, *subjective norms* digunakan sebagai variabel yang memprovokasi terjadinya niat beli customer terhadap produk halal di Tokopedia Salam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari *religiosity*, *subjective norms*, dan *attitude* terhadap *purchase intention* produk halal di Tokopedia Salam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang diuji oleh teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) PLS, menggunakan *software* Smart PLS 3. Data diperoleh melalui kuesioner *online* yang disebar secara daring melalui media sosial peneliti. Responden yang digunakan adalah seorang muslim, berusia diatas 17 tahun, dan belum pernah berbelanja di Tokopedia Salam. Jumlah total responden yang digunakan adalah 155. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Religiosity*, *subjective norms*, dan *attitude* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *purchase intention* produk halal di Tokopedia Salam, serta *Attitude* dapat menjadi variabel yang memediasi *religiosity* dan *subjective norms* dengan *purchase intention*.

Keyword: Religiosity, Subjective Norms, Attitude, dan Purchase Intention

The Effect of Religiosity, Subjective Norms, and Attitude on Purchase Intention of Halal Products in Tokopedia Salam

Salwa Ferahian

ABSTRACT

Along with the growing use of technology and the internet, there is a change in people's habits from shopping offline to online. E-commerce is one of the media for online shopping and Tokopedia Salam is one of Indonesia's E-commerce that provides a curation feature for halal products. With the large Muslim population in Indonesia, religiosity, attitude, subjective norms are used as variables that provoke customer purchase intentions for halal products at Tokopedia Salam.

This study aims to determine the role of religiosity, subjective norms, and attitude towards purchase intention of halal products at Tokopedia Salam. This study uses a quantitative method that was tested by the PLS structural equation model (SEM) analysis technique, using the Smart PLS 3 software. The data were obtained through online questionnaires distributed online through the researcher's social media. The respondent used is a Muslim, aged over 17 years, and has never shopped at Tokopedia Salam. The total number of respondents used is 155. The results show that religiosity, subjective norms, and attitude have a significant influence on purchase intention of halal products at Tokopedia Salam, and attitude can be a variable that mediates religiosity and subjective norms with purchase intention.

Keyword: Religiosity, Subjective Norms, Attitude, dan Purchase Intention

تأثير التدين والمعايير الذاتية والموقف على نية شراء المنتجات الحلال في تكفدي سلم

النساء رحمة فيبيرياتني

الملخص

إلى جانب الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا والإنترنت ، هناك تغيير في عادات الناس من التسوق عبر الإنترنت إلى الإنترنت. التجارة الإلكترونية هي إحدى وسائل التسوق عبر الإنترنت ، وتعد تكفدي سلم إحدى وسائل التجارة الإلكترونية في إندونيسيا التي توفر ميزة تنظيم المنتجات الحلال. مع وجود عدد كبير من المسلمين في إندونيسيا ، يتم استخدام التدين ، والمواقف ، والمعايير الذاتية كمتغيرات تؤثر نوايا شراء العملاء للمنتجات الحلال في تكفدي سلم

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور التدين والمعايير الذاتية والموقف تجاه نية شراء المنتجات الحلال في تكفدي سلم. تستخدم هذه الدراسة الطريقة الكمية التي تم اختبارها من خلال تقنيات تحليل نموذج المعادلة الهيكلية ، ويتم الحصول على البيانات من خلال الاستبيانات عبر الإنترنت والتي يتم توزيعها عبر الإنترنت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي للباحث. المجيب المستخدم مسلم ، يزيد عمره عن ١٧ عامًا ، ولم يسبق له التسوق في تكفدي سلم. إجمالي عدد المستجيبين الذين تم استخدامهم هو ١٥٥. وأظهرت النتائج أن التدين والمعايير الذاتية والموقف لها تأثير إيجابي كبير على نية شراء المنتجات الحلال في تكفدي سلم ، ويمكن أن يكون الموقف متغيرًا يتوسط التدين والمعايير الذاتية مع نية الشراء .

الكلمة الرئيسية: التدين ، والقواعد الذاتية ، والموقف ، ونية الشراء

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya

No.	Arab	Latin	Keterangan	No.	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	-	Tidak dilambangkan	16	ط	t	t (dengan titik di bawahnya)
2	ب	b	-	17	ظ	z	z (dengan titik di bawahnya)
3	ت	t	-	18	ع	‘	koma terbalik terletak di atas
4	ث	s	s (dengan titik di atasnya)	19	غ	g	-
5	ج	j	-	20	ف	f	-
6	ح	h	h (dengan titik di bawahnya)	21	ق	q	-
7	خ	kh	-	22	ك	k	-
8	د	d	-	23	ل	l	-
9	ذ	z	z (dengan titik di atasnya)	24	م	m	-
10	ر	r	-	25	ن	n	-
11	ز	z	-	26	و	w	-
12	س	s	-	27	ه/هـ	h	-
13	ش	sy	-	28	ء	’	Apostrof
14	ص	s	s (dengan titik di bawahnya)	29	ي	y	-
15	ض	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)				

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
اَو	Fathah dan wau	Au	A dan U

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fathah dan alif</i> atau <i>va</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

4. Ta marbu>tjah

Transliterasi untuk *ta marbu>tjah* ada dua, yaitu *ta marbu>tjah* yang hidup atau mendapat harakat *fathjah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbu>tjah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h), contoh جماعة ditulis *jamā'ah*, kecuali untuk kata-kata arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia seperti Shalat, Zakat, dan sebagainya.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbu>tjah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu>tjah* itu ditransliterasikan dengan (h).

5. Syaddah (Tasydi>d)

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf ّ ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-)

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari al-Qur'a>n), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh

9. Lafz} al-Jala>lah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudja>f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Adapun *ta marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf [t]

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TITLE PAGE	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
DECLARATION	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
المخلص	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Ringkasan Metode Penelitian	8
1.5 Ringkasan Hasil Penelitian	8
1.6 Kontribusi Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	10
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	11
2.1.3 <i>Attitude</i>	13
2.1.4 <i>Religiosity</i>	15
2.1.5 <i>Subjective Norms</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hipotesis	21
2.3.1 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	21
2.3.2 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	21
2.3.3 Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Attitude</i>	23
2.3.4 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> Terhadap <i>Attitude</i>	23
2.3.5 Pengaruh <i>Attitude</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	26

3.1	Pendekatan Penelitian.....	26
3.2	Metode Empiris	26
3.3	Definisi Operasional Variabel	27
3.3.1	Variabel Eksogen	27
3.3.2	Variabel Intervening	29
3.3.3	Variabel Endogen	30
3.4	Jenis dan Sumber Data	31
3.5	Populasi dan Sampel	32
3.6	Teknik Analisis.....	34
3.6.1	<i>Measurement (Outer) Model</i>	34
3.6.2	<i>Measurement (Inner) Model</i>	36
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1	Gambaran Umum Subyek dan Obyek Penelitian.....	38
4.2.1	<i>Screening Question</i>	39
4.2.2	Karakteristik Responden	40
4.2.3	Deskripsi Jawaban responden	42
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis.....	46
4.3.1	Evaluasi Outer Model.....	47
4.3.2	Evaluasi Inner Model	54
4.4	Interpretasi Hasil dan Pembahasan.....	59
4.4.1	Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	59
4.4.2	Pengaruh <i>Religiosity</i> Terhadap <i>Attitude</i>	60
4.4.3	Pengaruh <i>Subjective Norms</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	61
4.4.4	Pengaruh <i>Subjective Norms</i> Terhadap <i>Attitude</i>	63
4.4.5	Pengaruh <i>Attitude</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	64
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Ringkasan Hasil dan Simpulan.....	67
5.2	Saran	68
5.3	Keterbatasan	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN 1		74
LAMPIRAN 2.....		81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Deskriptif Profil (<i>Screening Agama</i>)	39
Tabel 4.2 Deskriptif Profil (<i>Screening Usia</i>)	39
Tabel 4.3 Deskriptif Profil (<i>Screening Pengguna Tokopedia Salam</i>)	40
Tabel 4.4 Deskriptif Profil Jenis Kelamin	40
Tabel 4.5 Deskriptif Profil Usia	41
Tabel 4.6 Deskriptif Profil Provinsi	42
Tabel 4.7 Kategori Jawaban Interval Responden	43
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif <i>Religiosity</i>	43
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif <i>Subjective Norms</i>	44
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif <i>Attitude</i>	45
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif <i>Purchase Intention</i>	46
Tabel 4.12 Validitas <i>Convergent</i>	48
Tabel 4.13 Validitas Convergent (valid)	50
Tabel 4.14 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
Tabel 4.15 <i>Reability Validity</i>	52
Tabel 4.16 <i>Discriminant Validity</i>	53
Tabel 4.17 <i>R-Square</i>	55
Tabel 4.18 Rata-Rata AVE	56
Tabel 4.19 <i>Path Coefficient</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data <i>Gross Merchandise Value</i> Asia Tenggara 2015-2020.....	2
Gambar 2.1	Bagan <i>Theory of Planned Behaviour</i>	10
Gambar 4.1	Outer Model 1	47
Gambar 4.2	Outer Model Lulus Uji Outer Loading.....	49
Gambar 4.3	Inner Model	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2 Pengolahan Data SEM PLS	81