

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT MAHASISWA PADA *WALIMATUL 'URSY* DENGAN KONSEP
SYARIAH**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pendidikan Indonesia Kampus UPI Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

Meri Merina

1306343

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT MAHASISWA PADA *WALIMATUL 'URSY* DENGAN KONSEP
SYARIAH**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pendidikan Indonesia
Kampus UPI Bandung)**

Oleh:

Meri Merina

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Meri Merina 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Mei 2019

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, *diphotocopy*, atau cara lainnya tanpa izin penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Media Sosial Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Mahasiswa pada *Walimatul ‘Ursy* dengan Konsep Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia Kampus UPI Bandung)**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juni 2019
Yang Membuat Pernyataan

Meri Merina
1306343

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial dan Norma Subyektif Terhadap Minat Mahasiswa pada *Walimatul ‘Ursy* Dengan Konsep Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia kampus UPI Bandung)**

Penyusun : **Meri Merina**

NIM : 1306343

Nama Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Juni 2019

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. H. Mokh Adib Sultan, ST., MT
NIP. 19810310 200912 1 002

Neni Sri Wulandari, S.Pd, M.Si
NIP. 19820605 201404 2 001

Mengetahui:
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 19641203 199302 1 001

Meri Merina (1306343). “**Pengaruh Media Sosial dan Norma Subyektif Terhadap Minat Mahasiswa pada Walimatul ‘Ursy dengan Konsep Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia Kampus UPI Bandung)**”, di bawah bimbingan Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST., MT dan Neni Sri Wulandari, S.Pd, M.Si.

ABSTRAK

Menikah adalah cara Allah dalam memasangkan manusia yang saling mencintai, namun sayangnya pelaksanaan pernikahan masih banyak yang tidak sesuai syariah seperti standing party, foto prewedding, riasan yang berlebihan, dan pakaian yang tidak menutup aurat. Berangkat dari fenomena itu, pada saat ini muncullah bisnis dalam dunia pernikahan (Wedding Organizer) yang mengusung walimatul ursy dengan konsep islami/pernikahan syariah. Setelah dilakukan pra-penelitian ternyata banyak responden yang mengetahui dan mencari tahu tentang pernikahan Islami di media sosial karena berminat. Untuk lebih jelas, dilakukanlah penelitian tentang pengaruh media sosial dan norma subyektif terhadap minat walimatul ursy dengan konsep islami pada mahasiswa tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif dan regresi linier berganda. Tujuannya adalah untuk mengkaji gambaran umum penggunaan media sosial, norma subyektif, dan minat serta mengukur seberapa besar pengaruh media sosial dan norma subyektif terhadap minat mahasiswa FPEB Universitas Pendidikan Indonesia pada walimatul ‘ursy dengan konsep syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, norma subyektif dan minat walimatul ‘ursy dengan konsep syariah berada pada tingkatan sedang dimana media sosial dan norma subyektif memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat walimatul ‘ursy dengan konsep syariah. Oleh karena itu, dalam mengoptimalkan penggunaan walimatul ‘ursy dengan konsep syariah, praktisi bisnis harus melakukan strategi pemasaran yang lebih optimal. Salah satunya melalui media sosial.

Kata Kunci: *Media Sosial, Norma Subyektif, Minat, Walimatul ‘Ursy, Konsep Syariah.*

Meri Merina (1306343). “The Influence of Social Media and Subjective Norms Against Student Interest at Walimatul s Ursy with the Concept of Sharia (Study of Students of the Faculty of Economics and Business Education University of Indonesia Education UPI campus Bandung)”, under the guidance of Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST., MT and Neni Sri Wulandari, S.Pd, M.Si.

ABSTRACT

Getting married is God's way of pairing people who love each other, but unfortunately there are still many marriages that do not fit sharia such as standing parties, prewedding photos, excessive makeup, and clothes that do not cover the genitals. Departing from this phenomenon, at this time business emerged in the world of marriage (Wedding Organizer) which carried walimatul ursy with Islamic concepts / Islamic marriage. After pre-research, many respondents found out and found out about Islamic marriage on social media because they were interested. To be clearer, a study was conducted on the influence of social media and subjective norms on the interest of walimatul ursy with Islamic concepts on final-level students at the University of Indonesia using descriptive verification methods and multiple linear regression. The aim is to examine the general picture of the use of social media, subjective norms, and interests and measure how much influence social media and subjective norms have on FPEB University of Indonesia students' interest in walimatul ursy with sharia concepts. The results of this study indicate that the use of social media, subjective norms and walimatul ursy interests with sharia concepts are at a moderate level where social media and subyketif norms have a significant positive influence on the interests of walimatul ursy with the Islamic concept. Therefore, in optimizing the use of walimatul ursy with sharia concepts, business practitioners must carry out a more optimal marketing strategy. One of them is through social media

Keywords: *Social Media, Subjective Norms, Interest, Walimatul ‘Ursy, Sharia Concept*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pertanyaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN TEORITIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Pernikahan Dalam Islam	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Pengertian dan Hukum <i>Walimatul ‘ursy</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Pengertian dan Karakteristik Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Pengertian Norma Subyektif	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2. Metode penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1. Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.3. Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.4. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.

4.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Gambaran Umum Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Gambaran Umum Variabel Media Sosial (X1).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Gambaran Umum Variabel Norma Subyektif (X2).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Gambaran Umum Variabel Minat (Y).....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pengujian Dan Pembahasan Hipotesis Penelitian .	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.4.4	Koefisien Determinasi (R2)	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		12
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Diagram Pengetahuan Masyarakat Tentang Konsep Wedding Syariah**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Diagram Sumber Informasi *Walimatul ‘Ursy* dengan Konsep Wedding Syariah**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Gambar Minat Masyarakat Menggunakan Wedding Syariah **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Skala Semantik Diferensial**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Struktur Organisasi FPEB**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Jurusan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 5 Pengukuran Variabel Media Sosial.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 6 Pengukuran Variabel Norma Subyektif**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 7 Pengukuran Variabel Minat**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2	Tabel Batasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3	Hasil Pengujian Validitas X1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4	Hasil Pengujian Validitas X2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5	Hasil Pengujian Validitas X3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 6	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1	Kelengkapan Informasi Walimatul’Ursy Dengan Konsep Syariah di Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2	Informasi Walimatul’Ursy Dengan Konsep Syariah Yang Informatif di Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3	Kejelasan Informasi Walimatul’Ursy Dengan Konsep Syariah di Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4	Tingkat Ketertarikan Responden Dalam Mencari Informasi Terkait Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Di Media Sosial .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5	Tingkat Kepentingan Interaksi Dua Arah Antara Admin Dan Calon Pengguna Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah.	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6	Tingkat Kemudahan Dalam Mengakses Informasi Walimatul Ursy Dengan Konsep Syariah Berdasarkan Testimoni Pada Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7	Tingkat Keinginan Untuk Mencari Informasi Tentang Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Dalam Bentuk Gambar, Video, Atau Status Update Di Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8	Hasil Rekapitulasi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9	Tingkat Keyakinan Dalam Walimatul ‘Ursy Dengan Menggunakan Konsep Syariah Dipengaruhi Oleh Pengalaman Teman Yang Menggunakan Konsep Tersebut	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10	Tingkat Keyakinan Dalam Walimatul ‘Ursy Dengan Menggunakan Konsep Syariah Dipengaruhi Oleh Pendapat Keluarga Yang Menggunakan Konsep Tersebut.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11	Tingkat Keyakinan Dalam Walimatul ‘Ursy Dengan Menggunakan Konsep Syariah Dipengaruhi Oleh Pengalaman Orang Yang Dikagumi Yang Menggunakan Konsep Tersebut	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12	Tingkat Motivasi Dalam Menggunakan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Dipengaruhi Oleh Keluarga	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13	Tingkat Motivasi Dalam Menggunakan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Dipengaruhi Oleh Teman.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14	Tingkat Motivasi Dalam Menggunakan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Dipengaruhi Oleh Dukungan Dari Orang Yang Dikagumi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15	Hasil Rekapitulasi Norma Subyektif.....	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 16	Tingkat Kepeminatan Responden Dalam Menggunakan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17	Tingkat Kepeminatan Responden Dalam Merekomendasikan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Kepada Keluarga Dan Orang Terdekat	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 18	Tingkat Kepeminatan Responden Dalam Merekomendasikan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Pada Kerabat Dekat Responden Karena Konsep Tersebut Sesuai Dengan Syariah Islam.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 19	Tingkat Kepeminatan Responden Untuk Menjadikan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Sebagai Prioritas Pilihan Responden Dalam Pemilihan Konsep Pesta Pernikahan Anda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 20	Tingkat Kepeminatan Responden Untuk Menjadikan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Sebagai Preferensi Utama Dalam Melaksanakan Walimatul ‘Ursy Karena Tidak Memiliki Konsep Walimatul ‘Ursy Lain	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 21	Tingkat Kepeminatan Responden Dalam Mencari Tahu/Menggali Informasi Yang Berkaitan Dengan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 22	Tingkat Kepeminatan Responden Dalam Mencari Tahu Biaya Yang Dikeluarkan Untuk Menggunakan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 23	Tingkat Kepeminatan Responden Dalam Mencari Tahu Pengalaman Keluarga Atau Orang Terdekat Yang Menggunakan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 24	Tingkat Kepeminatan Responden Dalam Mencari Tahu Pengalaman Orang Lain Yang Menggunakan Walimatul ‘Ursy Dengan Konsep Syariah Melalui Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 25	Hasil Rekapitulasi Minat.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 26	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmonogorov-Smirnov	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 27	Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 28	Hasil Uji Heteroskedasitas Metode Glejser ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 29	Hasil Uji Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 30	Hasil Uji-t Variabel X1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 31	Hasil Uji-t Variabel X2	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 32	Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 33	Hasil Uji R Square	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, F., Suwarman, U., & Idqan, F. (2017). Pengaruh Faktor Sikap, Norma Subjektif, Demografi, Sosioekonomi Serta Literasi Keuangan Syariah Dan Konvensional Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Al-Muzara'ah Vol. 5, No.1*.
- Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jom Fisip Vol.2 No.2*, 1-14.
- Ainani, A. (2010). Itsbat Nikah Dalam Hukum Perkawinan Di Indonesia. *Jurnal Darussalam Vol. 10 No. 2*, 109-128.
- Al-Bani, S. M. (2000). *Jilbab Wanita Muslimah*. Solo: At-Tibyan.
- Al-Faiti, S. S. (2013). *Ringkasan Fikih Sunnah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Algifari. (2013). *Statistika Induktif*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn.
- Al-Istanbul, M. M. (2014). *Hadiah Pernikahan Terindah*. Jakarta: Fathan Media Prima.
- Al-Qatany, M. A., Gwohijii, W. S., & Ash-Shobagg, M. B. (2008). *Pesan Untuk Muslimah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ambarwati, M. S., & Mawardi, M. (2015). Pengaruh Citra Merk Terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 25 No. 1*, 1-7.
- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *E-Proceeding Of Management Vol. 2 No. 3*, 2581.
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arwani, A. (2015). Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah. *Jurnal Penelitian Vol. 12 No.1*, 1-22.
- Atabik, A., & Mudiiyah, K. (2014). Pernikahan Dan Hikmahnya Perspektif Hukum Islam. *Yudisia Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 267-317.
- Azam, A. A., Hawwas, A. W., Islami, A. W., & Khon, T. M. (2011). *Fiqh Munakahat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Banyumas, L. P. (2014). *Hasil Keputusan Bahtsul Masail Ke Vii*. Purwokerto: Lbm Penu.
- Basri, R. (2016). Nikah Dalam Al-Quran. *Jurnal Hukum Diktum Vol. 14 No. 2*, 264.
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., & Mintardjo, C. M. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal Emba Vol.4 No.1* , 395-406.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tulungagung*, 142.
- Djaziri, A. R. (1979). *Al Fiqh Mazhabibil Arba'ah Jilid Ke Iv*. Mesir: Maktabah Al Tijjariyah.
- Dr. Zulganef, D. M. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*. Bandung: Pt Refika Aditama.
- Effendi, A. Y., & Kunto, Y. S. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pamasaran Petra Vol.1 No.2* , 1-8.

- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada Pt. Bfi Finance Jambi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 16 No.2*, 81-102.
- Fauzi, A. (2016). Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam. *Iqtishodia Jurnal Ekonomi Syariah Vol 1 No. 1*, 41-58.
- Ferdinant, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. (2002). *Metode Penelitian*. Jakarta: Pt Grasindo.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps.
- Ishak. (2012). Analisis Hukum Islam Tentang Perbuatan Zina Dalam Pasal 284 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Dalam Pembaruan Hukum Pidana. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum Vol. 1 No. 56*, 165-178.
- Jamali, L. Z., & Hasyim, A. (2016). Hikmah Walimah Al'ursy (Pesta Pernikahan) Dengan Kehormatan Perempuan Perspektif Hadist. *Jurnal Diya Al-Afkar Vol. 04 No. 02*, 165-182.
- Jawi, M. S. (2017, Maret 03). *Media Umat*. Diambil Kembali Dari Hukum Memisahkan Tamu Pria Dan Wanita Dalam Walimah: <https://Mediaumat.News/Hukum-Memisahkan-Tamu-Pria-Dan-Wanita-Dalam-Walimah/>
- Kaplan, A. M., & Haenlin, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.
- Kasmo, A. B. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol. 4*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Labibah, E. W. (T.Thn.). Pengaruh Religiusitas, Norma Subyektif Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Membeli Produk Makanan Ringan Berlabel Halal. *Jurnal Ekonomi*, 2016.
- Listyawati, I. H. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jbma Vol. 4 No.1*, 57-68.
- Luthfiyah. (2014). Relasi Budaya Dan Agama Dalam Pernikahan. *Jurnal Hukum Islam Vol. 12 No. 1*, 1-8.
- Machrus, H., & Purnomo, U. (2010). Pengukuran Perilaku Berdasarkan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Insan Vol. 12 No. 01*, 62-72.
- Mahameruaji, J. N. (2014). Fenomena Konstruksi Pada Foto Pre-Wedding. *Jurnal Kajian Komunikasi Vol. 2 No. 1*, 44-52.
- Mardiastuti, A. (2016). Syariat Makan Dan Minum Dalam Islam;Kajian Terhadap Fenomena Standing Party Pada Pesta Pernikahan. *Jurnal Living Hadist Vol. 1 No. 1*, 152-175.
- Mileva, L., & Dh, A. F. (2018). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 58 No. 1*, 190-200.

- Montano, D., & Kasprzyk, D. (2008). *The Theory Of Reasoned Action, The Theory Of Planned Behavior, And The Integrated Behavioral Model*. . San Fransisco, California: Jossey-Bass.
- Munandar. (2014). Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada Bank Aceh Syariah Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis Vol. 3 No. 2*.
- Najiyah, I., & Suharyanto. (2017). Sistem Informasi Wedding Planner Berbasis Web. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer Vol. 3 No. 1*, 79-86.
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Nasional, D. P. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Asus Di Gamezone Computer Mega Mall Manado. (2015). *Jurnal Emba Vol. 3 No.2* , 706-718.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa; Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis Vol 1 No. 5*, 595-603.
- Putri, S. D., & Tresnati, R. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli (Survey Pelanggan Pada Toko Pakaian Hijab Kembar Shop Bandung). *Jurnal Manajemen Vol.4 No.1*, 161-168.
- Ramayah, T., & Harun, Z. (2005). Entrepreneurial Intention Among The Student Of Univesity Sains Malaysia (Usm). *International Journal Of Management And Entrepreneurship Vol 1*, 8-20.
- Rifiani, D. (2011). Pernikahan Dini Dalam Perspektif Islam. *De Jure, Jurnal Syariah Dan Hukum Vol. 3 No. 2*, 25-134.
- Risa, F., & Luthfie, H. (2017). Pengaruh Media Sosial Dan Sales Kit Terhadap Minat Beli Konsumen Di Nexa Hotel Bandung Pada Tahun 2017. *E-Proceeding Of Applied Science Vol. 3 No. 2*, 354-359.
- Rofi, S. I., & Huwalda, H. (2014). Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Reffil Tinta Printer Dataprint Di Banjarmasin). *Jurnal Study Managemen Research Vol. 11 No. 2*.
- Rohmana, Y. (2010). *Ekonometrika: Teori Dan Aplikasi Dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi Dan Koperasi Fpeb Upi.
- Sabiq, S. (2013). *Fiqih Sunnah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Saragih, & Ramdhany. (2014). *Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall.
- Setiawati, M. (2015). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Vol.2 No.1*.
- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Sicilia, I. (2014). Tata Rias Pengantin Muslim Terinspirasi Dari Alam Pacitan. *E-Journal Vol. 3 No. 2*, 9-15.

- Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. . Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan Spss*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistiami, & Nuraini, I. (2017). Studi Tata Rias Dan Busana Pengantin Legha Sumenep Madura. *Jurnal Wahana Vol 69. No. 2*, 8-12.
- Suma, M. A. (2004). *Hukum Keluarga Islam Di Dunia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syarifuddin, A. (2006). *Hukum Perkawinan Islam Di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Tanjung, A. (2007). *Free Sex No Nikah, Yes*. Jakarta: Amzah.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Triastity, R., & Saputro, S. D. (2013). Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta*.
- Upi. (2019). *Upi*. Diambil Kembali Dari Upi: [Www.Upi.Edu](http://www.Upi.Edu)
- 'Uwaidah, S. K. (2009). *Fiqih Wanita*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.