

ABSTRAK

ADILA MAULDY SALSABIEL 2021, Analisis Perilaku Konsumsi Islami Pada Konsumen Kosmetik Berlabel Halal Di Toko Banene Tasikmalaya, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Latar belakang penelitian ini adalah perilaku konsumen dalam memilih dan membeli produk kosmetik dalam perilaku konsumsinya, tingkat kehati-hatian dan atensi konsumen terhadap produk kosmetik halal masih belum dikatakan baik. Dan tidak memperhatikan jaminan halal yang terdapat pada produk kosmetik tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumsi islami pada konsumen kosmetik halal di toko Banene Tasikmalaya. Dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumsi islami pada konsumen kosmetik halal di toko Banene Tasikmalaya. Teori yang dipakai pada penelitian ini ialah tentang perilaku konsumsi Islami, perilaku konsumen, pengambilan keputusan pembelian, dan label halal.

Metode yang digunakan tersebut yaitu metode deskriptif kualitatif. Dengan dua sumber data, yaitu sumber data primer melalui wawancara dengan konsumen kosmetik serta sumber data sekundernya yang terdiri dari buku, jurnal dan artikel. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Instrumen penelitian yang digunakan adalah peneliti itu sendiri. Uji kredibilitas data yang digunakan adalah triangulasi teknik. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa masih banyak konsumen kosmetik yang tidak memperhatikan atau mempertimbangkan label halal. Padahal label halal ini penting tidak hanya untuk konsumen saja tetapi bagi para produsen serta label halal ini gunanya untuk memberikan rasa aman serta sebagai jaminan bahwa produk yang mereka konsumsi tersebut baik untuk di konsumsi dan aman dari unsur tidak halal.

Kata Kunci : Konsumsi Islami, Label Halal, Perilaku Konsumen

ABSTRACT

Analysis of Islamic Consumption Behavior on Halal Labeled Cosmetics Consumers at the Banene Tasikmalaya Store, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University.

The background of this research is the behavior of consumers in choosing and buying cosmetic products in consumption behavior, the level of daily activities and consumer attention to halal cosmetic products is still not good. And does not pay attention to the halal guarantee contained in the cosmetic product. The formulation of the problem in this study is how the behavior of Islamic consumption in halal cosmetic consumers at the Banene Tasikmalaya store. And the purpose of this study was to determine the behavior of Islamic consumption in consumers of halal cosmetics at the Banene Tasikmalaya store. The theory used in this study is about Islamic consumption behavior, consumer behavior, decision making and halal labeling.

The method used was a qualitative descriptive method. The data collected through multiple sources. The primary data sources was interviews with cosmetic consumers and secondary data sources was gained from books, journals and articles. The data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. The data credibility test was used as technical triangulation. The data analysis technique used consists of three stages including data reduction, data presentation and drawing conclusions or verification.

Based on the results of this study, there were still many cosmetic consumers who did not pay attention to and or consider the halal label. The halal label is important not only for consumers but for producers. The halal label used to provides a sense of security as well as the guarantee in order to make sure that the products they consume are good and safe for consumption from non-halal elements.

Keyword : Islamic Consumption, Halal Label, Consumer behaviour