

ABSTRAK

PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM

(Studi Pada Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Kotagede
Yogyakarta)

Noor Iffatin Nadhifah

NIM 17913072

Banyaknya produk kosmetik yang beredar di pasaran memicu konsumen untuk berperan aktif dalam menentukan kosmetik yang akan dikonsumsi, baik dilihat dari segi bahan yang digunakan dalam pembuatan kosmetik maupun legalitas pemasaran suatu kosmetik. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis perilaku konsumen muslim di Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri dalam pembelian kosmetik wardah perspektif etika konsumsi Islam.

Teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah teori etika konsumsi Haedar Naqvi dengan metode penelitian kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa tingkat S2, pengguna kosmetik wardah dan bertempat tinggal di Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri. Penelitian ini merupakan penelitian sampel karena dalam penelitian ini hanya meneliti beberapa santri saja bukan keseluruhan santri tingkat S2. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini secara umum menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam pembelian kosmetik sesuai dengan etika konsumsi Islam, akan tetapi ada satu variabel yang kurang sesuai dengan etika konsumsi Islam yaitu pada variabel kesesuaian materiil dengan syari'ah. Sebagian konsumen ketika mengkonsumsi tidak memperhatikan komposisi yang tertera di kemasan produk kosmetik, konsumen hanya mementingkan faktor kecocokan kosmetik pada kulit wajah dan harga yang terjangkau.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen Muslim, Pembelian, Kosmetik Wardah, Etika Konsumsi Islam.*

**MOSLEM CONSUMERS' BEHAVIOR
IN PURCHASING WARDAH COSMETIC
IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC CONSUMPTION ETHICS**
(Study on the Santri College Students of Islamic Boarding School Nurul Ummah
Putri Kotagede Yogyakarta)

Noor Iffatin Nadhifah
NIM 17913072

The more increasing cosmetic products in market has triggered the consumers to actively play a role in determining the cosmetic used either based on the ingredients used in producing the cosmetic or based on the legality of the marketing of a cosmetic. This research aims to analyze the Moslem customers' behavior in Islamic Boarding School Nurul Ummah Putri in purchasing the Wardah cosmetic in the perspective of Islamic consumption ethics.

Theory used to analyze the research was the theory of Consumption Ethics of Haedar Naqvi through the qualitative research method. The subject of this research was the college students of Master Program, the users of Wardah cosmetic living in Islamic Boarding School Nurul Ummah Putri. This is a sample research as it only studied some Santris not all Santris in Master Program (S2). The technique in collecting data used in this research included interview and documentation.

The results of this research overall showed that the behavior of customers in purchasing the cosmetic has been in line with the Islamic consumption ethics; however, there was one variable that was not in line with the Islamic consumption ethics, i.e. in the variable of suitability of ingredients with sharia. Some customers when consuming do not concern with the composition as listed on the package of the cosmetic products. They only focus on the factor of cosmetic suitability to the skin type and affordability. .

Keywords: Moslem Customers' Behavior, Purchasing, Wardah Cosmetic, Islamic Consumption Ethics

August 29, 2019

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255