

## ABSTRAK

### Perilaku Pembelian Kosmetik Perspektif Etika Konsumsi Islam pada mahasiswi Universitas Darussalam Gontor

Rizki Apriliani

41.2020.323.161

Perkembangan industri di zaman yang sudah maju ini dapat dikatakan sangat pesat, salah satunya yaitu pada industri kosmetik. Bahkan, banyak orang di era ini memandang bahwa kosmetik bukan lagi sekedar kebutuhan tambahan, melainkan menjadi kebutuhan utama. Seiring dengan perkembangan zaman, sebuah penampilan yang cantik mempesona dan menarik merupakan sebuah idaman setiap individu yang tidak terbatas. Kosmetik sendiri tidak dapat dipisahkan dari keseharian seorang Perempuan. Mahasiswi adalah salah satu kelompok sosial yang paling rentan terhadap pengaruh mode, gaya hidup yang merupakan salah satu konsumen terbesar yang menggunakan produk kosmetik. Dari hasil observasi yang didapatkan pada mahasiswi Universitas Darussalam Gontor, terdapat beberapa mahasiswi belum memperhatikan ada atau tidaknya label halal pada kosmetik, selalu melakukan pembelian kosmetik dengan melihat produk yang paling menarik dan trending, dengan secara berlebih lebihan. Sedangkan dalam Etika Konsumsi Islam memiliki batasan yang harus diperhatikan selain halal yaitu adil, amanah dan bebas dalam seimbang antara pengeluaran dan pendapatan dan sederhana.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perilaku pembelian kosmetik pada mahasiswi Universitas Darussalam Gontor dan Untuk mengetahui perilaku pembelian kosmetik pada mahasiswi Universitas Darussalam Gontor Perspektif Etika Konsumsi Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu jenis penelitian fenomenologi. Dalam pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan di analisa menggunakan teknik deskriptif dengan etika konsumsi Islam.

Hasil penelitian ini yaitu dalam perilaku konsumen yang dilakukan oleh mahasiswi Universitas Darussalam Gontor dalam pembelian kosmetik yaitu, belum bisa membatasi dalam mengonsumsi suatu barang kosmetik sebagai kebutuhan atau keinginan, karena kebanyakan dari mereka tidak bisa menjaga diri dalam membeli kosmetik dengan suatu hal ketertarikan dari iklan social media, trend pada zamannya atau mengikuti gaya hidup yang ada di sekitar teman lingkungannya. Faktor yang mempengaruhi pembelian kosmetik yaitu dari faktor pribadi, faktor iklan, faktor lingkungan atau teman dan faktor gaya hidup. Perilaku pembelian kosmetik dilihat dari perspektif etika konsumsi Islam yaitu, beberapa sudah sesuai dengan etika konsumsi Islam yaitu Beberapa dari mereka masih bisa menyisihkan uang saku untuk menabung dan bersedekah tetapi kebanyakan yang lainnya masih belum bisa melakukannya, sedangkan beberapa yang lain belum sesuai etika konsumsi Islam, karena terjadi suatu sifat *mubadzir* dengan sering berganti-ganti jenis kosmetik, Mereka juga masih belum bisa menyeimbangkan pendapatan mereka yaitu jatah uang saku untuk mementingkan keinginan yang dapat menimbulkan keborosan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mahasiswi yang berpendidikan Islam memandang dan mempraktikkan konsumsi kosmetik. Dan dapat menjadi referensi bagi produsen kosmetik dalam memahami preferensi konsumen muslim, khususnya dari kalangan muda dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya produk halal.

**Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Kosmetik, Etika Konsumsi Islam**

## ABSTRACT

### **Cosmetic Purchasing Behavior from the Perspective of Islamic Consumption Ethics in female students of Darussalam Gontor University**

**Rizki Apriliani**  
**41.2020.323.161**

Industrial development in this advanced era can be said to be very rapid, one of which is the cosmetics industry. In fact, many people in this era view that cosmetics are no longer just an additional need, but rather a primary need. As time goes by, a beautiful, enchanting and attractive appearance is every individual's unlimited dream. Cosmetics themselves cannot be separated from a woman's daily life. Female students are one of the social groups most susceptible to the influence of fashion and lifestyle and are one of the largest consumers who use cosmetic products. From the results of observations obtained from Darussalam Gontor University students, there were several students who did not pay attention to whether or not there was a halal label on cosmetics, always purchasing cosmetics by looking at the most interesting and trending products, with excessive exaggeration. Meanwhile, Islamic Consumption Ethics has limitations that must be taken into account, apart from being halal, namely being fair, trustworthy and free in balance between expenditure and income and being modest.

The purpose of this study is to determine the cosmetic purchasing behavior of female students at Darussalam Gontor University and to determine the cosmetic purchasing behavior of female students at Darussalam Gontor University in the perspective of Islamic Consumption Ethics.

This research uses a qualitative approach, namely a type of phenomenological research. In collecting data through observation, interviews and documentation. And analyzed using descriptive techniques with Islamic consumption ethics.

The results of this study are in the consumer behavior carried out by female students of Darussalam Gontor University in purchasing cosmetics, namely, they have not been able to limit consuming a cosmetic item as a need or desire, because most of them cannot protect themselves in buying cosmetics with an attraction from social media advertisements, trends of their day or following the lifestyle around their environmental friends. Factors that influence the purchase of cosmetics are personal factors, advertising factors, environmental factors or friends and lifestyle factors. Cosmetic purchasing behavior seen from the perspective of Islamic consumption ethics, namely, some are in accordance with Islamic consumption ethics, namely some of them can still set aside pocket money for savings and charity but most others still cannot do it, while some others are not in accordance with Islamic consumption ethics, because there is a *wasteful* nature by often changing types of cosmetics, they also still cannot balance their income, namely pocket money allotments to prioritize desires that can lead to waste.

This research is expected to provide insight into how Islamic-educated female students perceive and practice cosmetic consumption. And can be a reference for cosmetics manufacturers in understanding the preferences of Muslim consumers, especially from young people and increasing awareness of the importance of halal products.

**Keywords:** *Consumer Behavior, Cosmetics, Islamic Consumption Ethics*