

ABSTRAK

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian. Perilaku konsumen adalah suatu hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian suatu barang dan jasa. Perilaku konsumen ini memiliki status yang penting untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Perilaku konsumen didasari oleh beberapa variabel-variabel yakni variabel stimulus, variabel respons dan variabel intervening. Sebelum memutuskan membeli suatu barang para konsumen akan melakukan tahapan-tahapan dalam memutuskan pembelian suatu produk. Sebagai konsumen muslim dalam kegiatan berkonsumsi sebaiknya kita selalu memperhatikan prinsip-prinsip konsumsi islam yang dijadikan sebagai pondasi atau landasan perilaku konsumsi dalam masyarakat muslim. Adanya keberagaman perilaku dari konsumen muslim membuat kita tidak mengetahui secara pasti apakah perilaku konsumen muslim sudah sesuai dengan prinsip-prinsip yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan kegiatan berkonsumsi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni pendekatan deskriptif dan jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan data primer maupun sekunder.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Perilaku konsumen muslim kota Surabaya dalam keputusan pembelian produk Janji Jiwa dipengaruhi tiga variabel yaitu variabel stimulus, variabel respons dan variabel intervening. Perilaku konsumen muslim dalam keputusan pembelian produk Janji Jiwa pada perspektif konsumsi Islam belum sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi Islam yakni prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kemurahan hati, prinsip kesederhanaan dan prinsip moralitas.

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan pembelian, Konsumsi Islam

ABSTRACT

Consumer behavior is a process that is closely related to the existence of a purchase process. Consumer behavior is something that underlies consumers to make decisions in purchasing goods and services. This consumer behavior has an important status to reinforce existing customers. Consumer behavior is based on several variables, namely stimulus variables, response variables and intervening variables. Before deciding to buy an item, consumers will take the stages of purchasing a product. As Muslim consumers in consumption activities, we should always pay attention to the principles of Islamic consumption which are used as the foundation or basis for consumption behavior in Muslim society. The existence of a diversity of behavior from Muslim consumers makes us not know for sure whether the behavior of Muslim consumers is in accordance with the principles that are used as a basis in carrying out consumer brutality.

This research uses a qualitative method, namely a descriptive approach and this type of research is field research. Researchers conducted observation, interviews and documents to obtain primary and secondary data. Based on the research that has been carried out, it can be concluded that:

The behavior of Muslim consumers in Surabaya in purchasing decisions for Janji Jiwa products is influenced by three variables, namely stimulus variables, response variables and intervening variables. The behavior of Muslim consumers in purchasing Janji Jiwa products on the perspective of Islamic consumption is in accordance with the principles of Islamic consumption, namely the principle of justice, the principle of cleanliness, the principle of generosity, the principle of simplicity and the principle of morality.

Keywords : Consumer Behavior, Purchasing decisions, Islamic Consumption