

ABSTRAK

Ms Glow Agen Pusat Bangkalan merupakan salah satu toko yang berdiri sejak tahun 2016 hingga sekarang mempunyai dua cabang. Ms Glow merupakan singkatan dari moto brand yaitu *Magic For Skin* untuk mencerminkan sebuah produk glowing yang terbaik di Indonesia sehingga tercipta nama brand MS Glow. Ms Glow telah mendapatkan sertifikat BPOM juga sertifikat halal yang sudah teruji secara klinis dari pemerintah Indonesia yang merupakan standar untuk produk yang diedarkan secara resmi dan aman untuk konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dimana teknik pengumpulan data dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif yang mencakup reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Alasan yang melatar belakangi para konsumen yang berasal dari berbagai kalangan dan status pekerjaan untuk melakukan pembelian produk *skincare* di Ms Glow Agen Pusat Bangkalan adalah karena tingkat kepuasan terhadap produk yang mereka peroleh setiap kali melakukan pembelian cukup tinggi. Karena tingkat kepuasan dari konsumen yang tinggi kemudian membuat para konsumen tersebut terus melakukan pembelian berkali-kali kemudian faktor yang juga sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian adalah tingkat pelayanan yang baik berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Hasil penelitian menunjukkan perilaku para konsumen yang sesuai serta menerapkan prinsip keadilan dimana para konsumen ini sangat memperhatikan sifat kepantasan dari barang yang mereka beli serta kesesuaian antara materi yang telah mereka keluarkan dengan kualitas barang yang mereka dapatkan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen Muslim, Keputusan Pembelian, MS Glow

ABSTRACT

Ms Glow Bangkalan Central Agent is one of the shops that was established in 2016 until now and has two branches. Ms Glow is an abbreviation of the brand's motto, Magic For Skin, to reflect the best glowing product in Indonesia, thus creating the brand name MS Glow. Ms Glow has received a BPOM certificate as well as a clinically tested halal certificate from the Indonesian government which is a standard for products that are officially distributed and safe for consumers.

The method used in this research is qualitative research in which data collection techniques are carried out in various ways, one of which is by interviewing and documentation. The data analysis technique uses descriptive qualitative which includes data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The reason behind consumers who come from various walks of life and work status to buy skincare products at Ms Glow Central Bangkalan Agent is because the level of satisfaction with the products they get every time they make a purchase is quite high. Because the high level of satisfaction from consumers then makes these consumers continue to make purchases many times, then the factor that also greatly influences consumers to make purchases is the level of good service based on the results and discussion that has been described in the previous chapters, the conclusions that can be drawn are The conclusions drawn from this research are as follows: The results of this research show that the behavior of consumers is appropriate and applies the principle of justice where these consumers are very concerned about the appropriateness of the goods they buy and the compatibility between the materials they have issued and the quality of the goods they get.

Keywords: Muslim Consumer Behavior, Purchase Decision, MS Glow

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI.....	v
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	vi
NOTA DINAS PEMBIMBING	vii
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Kajian Pustaka	6
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Teori Perilaku Konsumen	12
B. Prinsip – Prinsip Perilaku Konsumen Muslim	17
C. Keputusan Pembelian Konsumen Muslim	21
D. Tahapan – Tahapan Dalam Proses Keputusan Pembelian	27
E. Perspektif Ekonomi Syariah.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35

C. Jenis Data Penelitian	35
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Teknik Analisis Data	38
F. Teknik Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Profil MS Glow Agen Pusat Bangkalan	42
1. Sejarah Berdirinya Ms Glow	42
2. Identitas Ms Glow Agen Pusat Bangkalan	43
3. Visi dan Misi	44
4. Struktur Organisasi	44
5. Program Kerja Toko Ms Glow Agen Pusat Bangkalan	44
6. Tujuan Konsumen Membeli Produk <i>Scincare</i> di Toko Ms Glow Agen Pusat Bangkalan	45
B. Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Agen Pusat Bangkalan Dalam Islam	45
C. Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Agen Pusat Bangkalan Ditinjau Berdasarkan Prinsip – Prinsip Dasar Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah	52
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Costomer Pembelian Produk	3
---	---

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1 Diagram Persentase Kesesuaian Perilaku Konsumen Dengan Prinsip Keadilan	55
Tabel 1.1 Diagram Persentase Kesesuaian Perilaku Konsumen Dengan Prinsip Kebersihan	59
Tabel 1.1 Diagram Persentase Kesesuaian Perilaku Konsumen Dengan Prinsip Kesederhanaan	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Wawancara 1	70
Lampiran 2 : Wawancara 2	72
Lampiran 3 : Wawancara 3	74
Lampiran 4 : Wawancara 4	76
Lampiran 5 : Wawancara 5	78
Lampiran 6 : Wawancara 6	80
Lampiran 7 : Wawancara 7	82
Lampiran 8 : Wawancara 8	84
Lampiran 8 : Wawancara 9	86
Lampiran 10 : Wawancara 10	88
Lampiran 11 : Dokumentasi	90
Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup	95

