

ABSTRAK

Konsumsi merupakan suatu kegiatan seseorang yang secara langsung dapat menghabiskan kegunaan dari suatu barang atau jasa tersebut yang bisa dihabiskan secara langsung atau berangsur-angsur. Dalam memenuhi kebutuhan manusia dengan tujuan memperoleh kepuasan dan kebahagiaan secara pribadi dengan memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ketika seseorang membutuhkan atau menginginkan suatu produk maka orang tersebut membutuhkan informasi produk tersebut sebelum memutuskan untuk membeli ataupun mengkonsumsi produk tersebut. Hal tersebut berlaku juga pada konsumen dari bakso TOP pada saat membutuhkan atau menginginkan produk yang di jual di bakso TOP maka akan mencari informasi mengenai produk bakso TOP sebelum konsumen memutuskan untuk mengkonsumsinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen dari bakso TOP dalam pengambilan keputusan pada saat membeli dan analisisnya dalam pandangan konsumsi perspektif ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis metode induktif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa konsumen dari bakso TOP pada saat mengkonsumsi produk bakso TOP sebagian besar untuk memenuhi keinginannya. Indikator yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di bakso TOP yaitu indikator sosial. Dilihat dari perilaku konsumsi konsumen bakso TOP sangat tidak sesuai dengan aturan dan makna dalam konsumsi Islam, yang dimana dalam Islam ketika seseorang mengkonsumsi suatu produk harus melihat label halal tidak hanya mempercayai penjual karena beragama Islam dan ketika mengkonsumsi suatu produk tidak boleh berlebihan dalam mengkonsumsinya.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Konsumsi Islam, Bakso TOP

ABSTRACT

Consumption is an activity of a person who can directly spend the usefulness of a good or service that can be spent directly or gradually. In meeting human needs with the aim of obtaining personal satisfaction and happiness by fulfilling wants or needs. When someone needs or wants a product, the person needs product information before deciding to buy or consume the product. This also applies to consumers of TOP meatballs when they need or want products sold in TOP meatballs, they will look for information about TOP meatball products before consumers decide to consume them. The purpose of this study is to determine the consumer behavior of TOP meatballs in decision making at the time of purchase and its analysis in the view of consumption from an Islamic economic perspective. The research method used in this study is qualitative research with inductive method analysis and data collection techniques carried out by means of interviews and documentation. As for the results of the research obtained, it can be concluded that consumers of TOP meatballs when consuming TOP meatball products are mostly to fulfill their desires. The most influential indicator on consumer behavior in making purchasing decisions at TOP meatballs is social indicators. Judging from the consumption behavior of TOP meatball consumers is not in accordance with the rules and meanings in Islamic consumption, where in Islam when someone consumes a product must choose a halal label not only trust the seller because he is Muslim and when consuming a product should not be excessive in consuming it.

Keywords : Consumer Behavior, Islamic Consumption, Meatballs TOP