

ABSTRAK

Konsumsi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam bentuk penggunaan barang maupun jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang terdapat dalam diri individu tersebut. Pada sisi lain perkembangan zaman dan teknologi yang sangat pesat menyebabkan semakin mudahnya penyerapan budaya asing dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang konsumsi. Sedangkan dalam Agama Islam telah mengatur sedemikian rupa umatnya dalam segala aspek kehidupan. Kegiatan konsumsi dalam Islam bukan hanya sekedar pemenuhan kebutuhan semata, melainkan berorientasikan pada suatu *masalah* dunia dan akhirat. Perilaku konsumsi pada warung kopi merupakan salah satu dampak dari adanya perkembangan zaman dan teknologi. Hal tersebut menyebabkan berubahnya orientasi konsumsi yang dilakukan masyarakat. Pada awalnya konsumsi pada warung kopi dilakukan karena kebutuhan, namun saat ini berubah menjadi keinginan bahkan telah menjadi gaya hidup bagi sebagian kalangan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan informasi yang didapat dari sasaran penelitian melalui wawancara, dokumentasi dan sebagainya. Sumber data dalam penelitian ini yaitu berupa data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menunjukan bahwa perilaku konsumsi pada warung kopi kurang menerapkan konsep Ekonomi Islam. Hal tersebut dikarenakan Sebagian besar konsumen melakukan aktivitas konsumsi pada warung kopi hanya berorientasi pada kesenangan belaka tanpa memperhatikan *masalah*. Selain itu konsumsi pada warung kopi berpotensi menimbulkan *tabzir* atau pemborosan jika dilakukan secara terus-menerus. Akan tetapi perilaku konsumsi pada warung kopi juga dapat meningkatkan atau menunjang produktivitas bagi sebagian kalangan yang melakukannya

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Teori Kebutuhan Abraham Maslow, Maqashid Syariah, Warung Kopi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	
SKRIPSI.....	Err
or! Bookmark not defined.	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	
SKRIPSI.....	Err
or! Bookmark not defined.	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
NOTA DINAS	
PEMBIMBING	Err
or! Bookmark not defined.	
ABSTRAK.....	1
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-	
LATIN	Err
or! Bookmark not defined.	
PERSEMBAHAN	
SKRIPSI.....	Err
or! Bookmark not defined.	
MOTTO	Err
or! Bookmark not defined.	
KATA	
PENGANTAR.....	Err
or! Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR SINGKATAN	vxiii
BAB I.....	7
PENDAHULUAN	Err
or! Bookmark not defined.	
A. Latar Belakang	
.....	Err
or! Bookmark not defined.	
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	Err
or! Bookmark not defined.	
E. Kajian Pustaka	Err
or! Bookmark not defined.	
F. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB	
II Error! Bookmark not defined.	
TINJAUAN	
PUSTAKA.....	Err
or! Bookmark not defined.	
A. Kerangka	
Teori	Err
or! Bookmark not defined.	
1. Perilaku Konsumen	Err
or! Bookmark not defined.	
2. Perilaku Konsumen Dalam Islam	Err
or! Bookmark not defined.	
3. Kebutuhan Menurut Maqashid Syariah Al-Syaitibi	Err
or! Bookmark not defined.	
4. Relevansi Maqashid Syariah Dan Perilaku Konsumen	39
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Lokasi dan Waktu	44
C. Sumber Data.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Teknik Pengolahan Data.....	46
F. Keabsahan Data.....	47
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Objek Penelitian	48

B. Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.....	55
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi.....	61
BAB V.....	65
PENUTUP	65
A. KESIMPULAN	65
B. SARAN.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Profil Konsumen Pada Warung Kopi.....	
---	--

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Konsumsi Kopi di Indonesia.....	
Gambar 2. Data Negara Penghasil Kopi Terbesar.....	
Gambar 3. Pola Perilaku Konsumen.....	
Gambar 4. Piramida Kebutuhan Maslow	
Gambar 5. Struktur Organisasi KopiJoy	
Gambar 6. Dokumentasi Kegiatan KopiJoy.....	
Gambar 7. Struktur Organisasi THX Kahve	
Gambar 8. Dokumentasi Kegiatan Konsumsi Kopi di THX Kahve.....	
Gambar 9. Struktur Organisasi SWAG Café.....	
Gambar 10. Dokumentasi Kegiatan Konsumsi Kopi di SWAG Café	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi

DAFTAR SINGKATAN

CEO : *Chief Executive Officer*

Gerbangkertosusila : Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo,
Lamongan

HOREKA : Hotel, Restoran, Kafe

ICO : *International Coffee Organization*

Q.S : *Quran Surat*

SWT : *Subhanahu wa ta'ala*

UMKM : Usaha Mikro, Kecil dan Menengah