

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

**(Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas
Trunojoyo Madura)**

Salah satu tren yang lagi marak saat ini adalah *skincare*. Banyaknya jenis dan merek *skincare* baru membuat masyarakat menjadi tertarik untuk mencoba, meskipun *skincare* lama mereka masih belum habis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku dalam pembelian *skincare* yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura. Sedangkan sumber data sekunder penelitian ini didapat dari beberapa literatur berupa buku, jurnal, dokumentasi dan sebagainya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku dalam pembelian produk *skincare* yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura masih dalam koridor wajar dan tidak melanggar prinsip konsumsi dalam Islam. Dalam pembelian produk *skincare* mahasiswi memprioritaskan produk yang dibutuhkan dan juga mempertimbangkan manfaat, kualitas serta kandungan dari produk *skincare* yang akan dibeli. Meskipun, sebagian dari mereka masih melakukan pembelian *skincare* baru pada saat *skincare* lama mereka belum habis, namun dana yang mereka keluarkan untuk membeli *skincare* tidak melebihi uang saku yang diterima setiap bulannya. Dari segi kualitas dan kuantitas konsumsi yang dilakukan mahasiswi Ekonomi Syariah sesuai dengan batasan yang telah ditetapkan dalam Islam.

Kata Kunci: Perilaku Pembelian Skincare, Konsumsi Islam

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN PURCHASE OF SKINCARE PRODUCTS ACCORDING TO THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMIC

(Case Study of Islamic Economics Students Faculty of Islam at Trunojoyo Madura University)

One of the hottest trends right now is skincare. The many types and brands of new skin care make people interested in trying, even though their old skincare is still not finished. The purpose of this study was to determine the behavior in purchasing skin care by the Islamic Economics Faculty, Trunojoyo University, Madura.

This research is a type of field research, the method used in this research is descriptive qualitative. The primary data sources in this study were obtained from interviews conducted with students of Islamic Economics Faculty, Trunojoyo University, Madura. While the secondary data sources of this research were obtained from several literatures in the form of books, journals, documentation and so on.

The results of this study indicate that the behavior in purchasing skin care products by students of Islamic Economics Faculty of Islam, Trunojoyo University, Madura is still within the normal corridor and does not violate the principles of consumption in Islam. In purchasing skin care products, students prioritize the products needed and also consider the benefits, quality and content of the skin care products to be purchased. Even so, some of them still buy new skin care when their old skin care has not run out, but the funds they spend to buy skin care do not exceed the pocket money they receive every month. In terms of the quality and quantity of consumption carried out by Islamic Economics students in accordance with the limits set in Islam.

Keywords: Skincare Purchase Behavior, Islamic Consumption