

Analisis Perilaku Konsumen Muslimah terhadap Pembelian Barang (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Angkatan 2016 Unisba)

Analysis Of Muslima Consumptive Behaviors on Purchase of Goods (Case Study At
Syari'ah Faculty Of Syari'ah Economics Law Study Program 2016 Unisba)

¹Karina Saputri, ²N.Eva Fauziah, ³PoPON Srisusilawati

^{1,2} Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹Karinasaputry96@yahoo.com, ²evafmawardi@gmail.com, ³Po2nss@gmail.com

Abstract. The development of fashion trends that always change every year relative to influencing consumer behavior in purchasing goods according to changes in the fashion trend is affected by the behavior of consumers of muslima who come from students. The research problem formulation aims to find out: 1) Consumption behavior in Islam, 2) Consumption behavior of Shari'a Faculty students at the 2016 Islamic Economics Law Study Program at UNISBA towards purchasing goods (fashion trend), 3) Analysis of the behavior of Muslim consumers towards the purchase of goods at the Shari'ah Faculty students of the 2016 Islamic Economics Law study program at UNISBA. His study uses a descriptive method with a qualitative approach. Data collection through questionnaires, observation, interviews, and documentation. Primary data sources are Syari'ah Faculty of Islamic Economics Law Study Program class of 2016 UNISBA and secondary data sources in the form of documents relating to consumption behavior, profile of the Shari'ah Faculty of UNISBA Sharia Economics Law study program, and others. Based on the results of the study, it was concluded that: 1) Consumption behavior in Islam must be based on five basic principles, namely the principle of justice, the principle of cleanliness, the principle of simplicity, the principle of generosity, and the principle of morality. 2) From the observations of the behavior of Syari'a Faculty students at the 2016 Syari'ah Economics Law Study Program, UNISBA in consumption behavior did not pay attention to the basic principles of Islamic consumption behavior and purchasing decision behavior is strongly influenced by social factors and psychological factors. 3) Referring to the basic principles of Islamic consumption behavior, most of the students of the Syari'ah Faculty of Islamic Economics Law Study Program class of 2016 UNISBA are not yet in accordance with the basic principles of Islamic consumption behavior.

Keywords: Muslim consumer behavior, purchase of goods, consumption of Islam.

Abstrak. Perkembangan *trend fashion* yang selalu berganti setiap tahun relatif mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian barang sesuai perubahan *trend fashion* terhadap perilaku konsumen muslimah yang berasal dari mahasiswa. Rumusan masalah penelitian bertujuan untuk mengetahui : 1) Perilaku konsumsi dalam islam, 2) Perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas syari'ah prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2016 UNISBA terhadap pembelian barang (*trend fashion*), 3) Analisis perilaku konsumsien muslimah terhadap pembelian barang pada mahasiswi Fakultas syari'ah prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2016 UNISBA. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer yaitu Fakultas Syari'ah prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2016 UNISBA dan sumber data sekunder berupa dokumen yang berkaitan dengan perilaku konsumsi, profil Fakultas syari'ah prodi Hukum Ekonomi Syariah UNISBA, dan lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa: 1) Perilaku konsumsi dalam Islam harus berlandaskan 5 prinsip dasar yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. 2) Dari hasil observasi perilaku mahasiswi Fakultas Syari'ah prodi Hukum Ekonomi Syari'ah angkatan 2016 UNISBA dalam perilaku konsumsi tidak memperhatikan prinsip-prinsip dasar perilaku konsumsi Islam dan perilaku keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan faktor psikologis. 3) Mengacu kepada prinsip dasar perilaku konsumsi Islam, sebagian besar mahasiswi Fakultas Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Islam angkatan 2016 UNISBA belum sesuai dengan prinsip dasar perilaku konsumsi Islam.

Kata kunci : Perilaku konsumen muslimah, pembelian barang, konsumsi Islam.

A. Pendahuluan

Ekonomi Islam merupakan sebuah studi tentang masalah-masalah ekonomi dari setiap individu dalam masyarakat yang memiliki kepercayaan terhadap nilai-nilai kehidupan islami. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram, apa tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi, bagaimana etika dan moral seorang muslim dalam mengkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim. Apabila diperhatikan, gaya hidup masyarakat muslim dalam berbelanja pada masa sekarang ini bukan lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan saja, namun bertukar menjadi suatu kegiatan untuk mencari kepuasan, memenuhi keinginan yang bersifat sementara untuk mengikuti trend yang berlaku dimasyarakat. Padahal barang yang dibeli tidak terlalu dibutuhkan sehingga pemborosan dalam konsumsi. Islam menganggap setiap pemakaian kekayaan yang sesungguhnya tidak diperlukan sebagai bentuk pemborosan. Dalam pandangannya, pemborosan adalah suatu bentuk penyakit jiwa. Hukum Islam mengendaki sikap yang tidak berlebihan. UNISBA adalah kampus yang berbasis Islam, pastinya juga menerapkan konsep-konsep Islam, tentang bagaimana berpakaian dan pergaulan telah dijelaskan bagaimana tata tertib berpakaian yang benar dan baik di lingkungan kampus khususnya di Fakultas Syari'ah. Jika dilihat saat ini banyak trend jilbab, pakaian, dan barang-barang lainnya yang semakin lama semakin menggeser makna perilaku konsumsi Islam yang sebenarnya. Dapat dilihat Sebagian besar mahasiswi di Fakultas Syari'ah

UNISBA telah mengikuti gaya hidup *trend fashion* sekarang. Disinilah fakta yang semakin jauh para muslima membeli barang-barang yang tidak terlalu penting. Konsumsi yang tadinya sederhana kini telah berubah menjadi perkara yang rumit, karena dijadikan sebagai ajang mengikuti trend yang jelas mengarah kearah hidup konsumtif padahal dalam Islam sendiri melarang hidup konsumtif atau berlebih-lebihan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dalam penulisan skripsi yang berjudul “ Analisis Perilaku Konsumen Muslimah Terhadap Pembelian Barang (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Angkatan 2016 UNISBA)”

B. Landasan Teori

1. Teori konsumsi

Islam melarang umatnya melakukan konsumsi secara berlebihan, sebab konsumsi diluar dari tingkat kebutuhan adalah pemborosan. Karena berlebihan akan mengakibatkan haramnya barang yang halal. firman Allah SWT dalam surat Q.S-Al-Isra(17):21 :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ
وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.(Q.S.Al-Isra(17):21).

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan demikian maka yang lebih diutamakan adalah konsumsi untuk dunia atau konsumsi untuk akhirat. Menurut

Manan, lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu :

1. Prinsip Keadilan, Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum.
2. Prinsip Kebersihan, bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera
3. Prinsip Kesederhanaan, mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan.
4. Prinsip Kemurahan Hati, Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhannya.
5. Prinsip Moralitas, Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT. sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan.

Adapun dalam etika konsumsi Islam harus memperhatikan beberapa hal, di antaranya adalah: Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (halalanthoyyiban), Kemanfaatan\kegunaan barang yang dikonsumsi, Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak kurang (kikir/bakhil), tapi pertengahan, dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya, Bersyukur kepada Allah SWT dan memperhatikan hak-hak orang lain, Sebagai umat Islam kita harus selalu bersyukur atas apa yang telah Allah berikan kepada kita karena semata-mata yang kita punya itu adalah milik Allah bukanlah milik kita.

2. Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku Konsumen pada dasarnya dibangun atas dua hal yaitu kebutuhan (*hajat*) dan kegunaan atau kepuasan (*manfaat*). Ada tiga nilai

dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu: Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki, Kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT.

Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar sebagaimana Q.S.Al-Baqarah ayat 262:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ
اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى ۖ
لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا
هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya;”Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkan itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati”(Al-Baqarah(2):268)

Perilaku konsumsi seorang muslim didasarkan pada beberapa asumsi sebagaimana dikemukakan oleh Monzer Kahf, yaitu: Islam merupakan suatu agama yang diterapkan di tengah masyarakat, Zakat hukumnya wajib, Tidak ada riba dalam masyarakat, Prinsip mudharabah diterapkan dalam aktivitas bisnis dan Konsumen berperilaku rasional yaitu berusaha mengoptimalkan kepuasan.

3. Keputusan Pembelian

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur’an yang lebih bersifat umum, Artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas.

Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil dan hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ
فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيْهِ مَا فَعَلْتُمْ
نَادِمِينَ

Artinya:”Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”(Al-Hujurat:6).

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu faktor Budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Penelitian Terdahulu Jurnal Z. Alkautsar dan Meri I.i Hapsari. "Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim” dengan hasil Mahasiswa program studi ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang memiliki pemahaman konsumsi Islam mengimplementasikan pemahaman tersebut pada perilaku konsumsinya dalam kehidupan sehari-hari. Jurnal Asna, Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda

Motor Pada Mahasiswa Se-Malang Raya dengan hasil Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikembangkan oleh Kotler 2000) yang mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dimana teori tersebut menyatakan bahwa ada 4 empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Ibnul Jauzi Abdul Ceasar, Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian alat musik di Kecamatan Natar adalah: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. perilaku konsumen alat musik di Kecamatan Natar tidak terpengaruh oleh perilaku konsumen dalam Islam seperti tauhid, adil, kehendak bebas, amanah, halal dan sederhana.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Perilaku Konsumsi Dalam Islam

Prinsip Keadilan. dalam prinsip ini dimaknai bahwa dalam berkonsumsi harus berperilaku adil misalnya adil dalam faktor pemasukan dan pengeluaran, Adil terhadap sesama manusia dalam melakukan konsumsi. Prinsip Kebersihan, dalam prinsip ini perilaku umat Islam hanya diperbolehkan untuk berkonsumsi yang sesuai dengan syariat Islam dan tidak diharamkan oleh Allah, sehingga tidak merusak keimanan umat Islam. Prinsip ini memerintahkan umat Islam untuk berkonsumsi yang bersih baik zat maupun cara memperolehnya. Prinsip Kesederhanaan. Dalam prinsip ini dimaknai bahwa perilaku konsumsi

tidak boleh berlebihan, maka dalam Islam diharuskan untuk berbelanja yang dibutuhkan saja sehingga tidak menimbulkan kemubaziran. Prinsip Kemurahan Hati. Allah dengan kemurahan hati-Nya menyediakan makanan dan minuman untuk manusia. Maka sifat konsumsi manusia juga harus dilandasi dengan kemurahan hati. Prinsip ini mengandung makna bahwa jika memang masih banyak orang yang kekurangan makanan atau minuman maka hendaklah berbagi dengan mereka yang sangat membutuhkan. Prinsip Moralitas. Islam juga memperhatikan moralitas sepiritual bagi manusia hal tersebut dapat digambarkan dengan perintah agama yang mengajarkan untuk senantiasa menyebut nama Allah dan bersyukur atas atas apa yang telah diberikan.

2. Perilaku Konsumsi Mahasiswi Fakultas Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Angkatan 2016 UNISBA Terhadap Pembelian Barang (*Trend Fashion*)

Prinsip Keadilan, Hasil kuisoner maka mahasiswi Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah angkatan 2016 telah memperhatikan prinsip keadilan dalam perilaku konsumsi. Dimana mereka menghentikan (membatalkan) transaksi tawar menawarnya. Tetapi jika dilihat dari hasil wawancara atau observasi maka mahasiswi tidak memperhatikan prinsip keadilan dalam perilaku konsumsi pembelian barang. Karena mereka akan tetap membeli barang yang sudah ditawarkan orang lain sehingga akan menimbulkan ketidakadilan pada pembeli yang sedang menawar barang tersebut.

Prinsip Kebersihan, hasil dari kuisoner 23% responden menyatakan bahwa mereka menggunakan parfum yang mengandung alkohol. Tetapi saat

dilakukan observasi secara langsung dengan 15 responden malah memiliki pendapat yang berbeda 12 responden memiliki jawaban bahwa mereka menggunakan parfum yang mengandung alkohol. Dengan begitu, jika menggunakan hasil kuisoner maka dapat disimpulkan bahwa sebagian mahasiswi memperhatikan prinsip kebersihan dalam perilaku konsumsi. Tetapi jika hasil wawancara yang telah dilakukan maka mahasiswi tidak memperhatikan prinsip kebersihan dalam perilaku konsumsi.

Prinsip kesederhanaan, berdasarkan hasil dari kuisoner 76% responden menyatakan mereka hanya berbelanja barang yang dibutuhkan saja. Tetapi saat dilakukan observasi sebanyak 8 responden dari 15 responden, memiliki jawaban bahwa mereka sering kali belanja di luar kebutuhan mereka. Sebagian mereka beralasan saat berbelanja mereka sering kali lupa dengan batasannya walau sebenarnya barang itu tidak terlalu dibutuhkan.

Prinsip kemurahan hati, berdasarkan Hasil dari kuisoner dimana 80% responden menyatakan bahwa mereka menginfakkan uang kembalian mereka saat setelah berbelanja. Tetapi hasil wawancara dengan 15 responden memiliki pendapat yang berbeda dimana 10 responden memiliki jawaban "Tidak, menginfakkan sebagian uang kembalian mereka saat berbelanja". Mereka mempunyai alasan diantaranya bahwa saat berbelanja mereka sering kali lupa menginfakkan uang kembaliannya dan tidak percaya jika uang yang mereka infakkan benar diberikan pada orang yang membutuhkan.

Prinsip Moralitas, berdasarkan kuisoner dimana 54% responden menyatakan terpengaruh oleh trend. Hasil kuisoner mempunyai hasil yang

sama dengan wawancara, dari 15 responden wawancara dimana 11 responden memiliki jawaban “terpengaruh oleh trend yang berlangsung saat berbelanja”. Alasan diantaranya bahwa berbelanja barang trend lebih membuat percaya diri dan jika digunakan didepan umum tidak kelihatan kuno atau ketinggalan jaman.

Faktor budaya, hasil dari kuisioner dimana 81% responden menyatakan “mendengarkan pendapat orang sekitar sebelum memutuskan pembelian”. Ketika dilakukan wawancara secara dengan 15 responden memiliki pendapat yang sama dimana 11 responden memiliki jawaban “Mendengarkan pendapat orang disekitar”. Mereka mempunyai alasan diantaranya bahwa saat berbelanja mereka selalu mendengarkan pendapat orang sekitar sebelum mengambil keputusan pembelian barang.

Faktor sosial, hasil dari kuisioner dimana 61% responden menyatakan “Bahwa mereka mengikuti teman dalam hal pembelian barang”. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan 15 responden memiliki pendapat yang sama dimana 10 responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk membeli barang (*trend fashion*) dengan model terbaru seperti yang dipakai oleh teman-teman.

Faktor pribadi, hasil kuisioner 56% responden mengatakan bahwa barang yang sedang trend tidak terlalu mempengaruhi kepercayaan diri mereka dalam menggunakan barang. Dan berdasarkan hasil wawancara dimana 9 responden yang mengatakan saat menggunakan barang yang sedang trend akan membuat diri mereka lebih percaya diri saat menggunakannya.

Faktor psikologis, dimana 94% responden kuisioner dan 15 responden wawancara menyatakan bahwa mereka sebelum membeli barang akan mencari

tahu dulu mengenai kualitas dari barang tersebut.

3. Analisis Perilaku Konsumen Muslimah terhadap Pembelian Barang pada Mahasiswa Fakultas Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2016 UNISBA

Berdasarkan penelitian dan analisis di atas mengenai perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Islam angkatan 2016. Dimana dalam analisis ini lebih memilih menggunakan hasil dari observasi secara langsung. Jika, menggunakan hasil dari kuisioner jawaban yang diperoleh tidaklah benar, karena mereka tidak berpendapat jujur dengan alasan takut identitas mereka diketahui. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perilaku mahasiswi tidak mencerminkan prinsip-prinsip dasar perilaku konsumsi Islam dalam melakukan kegiatan konsumsi. Dari analisis di atas dapat dilihat dimana prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas tidak diterapkan oleh mahasiswi dalam perilaku konsumsi pembelian barang (*trend fashion*). Karena sebagian besar mahasiswi mengikuti arus *trend* yang semakin berkembang sehingga mahasiswi mengenyampingkan dasar perilaku konsumsi yang seharusnya di terapkan dalam kegiatan perilaku konsumsi sehari-hari. Dan perilaku konsumsi berlebihan yang dilakukan oleh sebagian mahasiswi Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UNISBA, merupakan pola konsumsi yang dilarang dalam Islam. Hal ini disebabkan karena Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata untuk memenuhi keinginan. Dalam Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep masalah.

D. Kesimpulan

1. Dalam Islam perilaku konsumsi umat muslim harus berlandaskan 5 prinsip dasar perilaku konsumsi yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. Dimana kelima prinsip itu sebagai pondasi seseorang muslim dalam kegiatan konsumsi, sehingga tercapainya tujuan dari konsumsi itu bukan hanya untuk kepuasan di dunia tetapi juga kesejahteraan di akhirat.
2. Perilaku konsumen muslimah terhadap pembelian barang (*trend fashion*) pada mahasiswa Fakultas Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Islam angkatan 2016 UNISBA, hasil observasi terhadap 15 responden, tidak memperhatikan prinsip dasar perilaku konsumsi dalam Islam yang mengabaikan prinsip keadilan sebanyak 8 orang, prinsip kebersihan sebanyak 12 orang, prinsip kesederhanaan sebanyak 8 orang, prinsip kemurahan hati sebanyak 10 orang, dan prinsip moralitas sebanyak 11 orang dalam perilaku konsumsi mereka. Alasan yang mendorong perilaku tersebut adalah tanpa memperhatikan dampak kerugian bagi pihak lain, dan berbelanja berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan serta alasan lainnya adalah mengikuti trend model fashion. Faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku keputusan pembelian barang (*Trend Fashion*) mahasiswa berdasarkan hasil kuesioner maupun wawancara adalah faktor sosial dan faktor psikologi, seperti pengaruh

teman, trend fashion, dan kemasan/bentuk/warna/motif barang.

3. Mengacu kepada prinsip dasar perilaku konsumsi Islam, sebagian besar mahasiswa Fakultas Syari'ah Prodi Hukum Ekonomi Islam angkatan 2016 UNISBA belum sesuai dengan prinsip dasar perilaku konsumsi islam.

Daftar Pustaka

- Al-Qur'an. (2015). Bandung: Perpustakaan Nasional RI.
- Ibnul Jauzi Abdul Ceasar,(2017). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Alat Musik Perspektif Ekonomi Islam, Lampung: Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan.
- Mohamed Aslam Hancef, (2010). *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer(Analisis Komperatif Terpilih) Cet. Ke-1*, Jakarta : PT. Grafindo Persada.
- Muhammad Abdul Mannan, (1992). *Ekonomi Islam Teori Dan Praktek*, Jakarta : PT. Intermedia.
- Muhammad,(2004). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam cet ke 1*, Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.
- Pujiyono, Arif (2006). *Teori Konsumsi Islami*. Jurnal Dinamika Pembangunan (JDP), Vol.3 No.2 ISSN.
- Sarwono,(2009). *Analisis Perilaku Konsumen Prespektif Ekonomi Islam*, Jurnal inovasi pertanian Vol.8 No.1, Madura: Januari.
- Sri Wigati, (2011). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Dosen Fakultas IAIN Vol 01,No.01, Juni: Surabaya

