

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK
BERLABEL HALAL DAN TIDAK BERLABEL HALAL**
(Studi Kasus Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Angkatan
2015-2018)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi
Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi



Oleh:

Nadya Tsanaz Maulida

151002125

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS SILIWANGI
2019 M / 1440 H**

LEMBAR PENGESAHAN

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK
BERLABEL HALAL DAN TIDAK BERLABEL HALAL**
(Studi Kasus Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Angkatan
2015-2018)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi

Diajukan Oleh,

Nadya Tsanaz Maulida
NPM. 151002125

Disetujui Oleh,

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Hj. Lina Marlina, S.Ag., M.Ag.
NIDN. 0417027402

Agus Ahmad Nasrulloh, S.E.I., M.E.Sy.
NIDN.0015088503

Disahkan Oleh,

Dekan
Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Prof. Dr. H. M. Abdul Somad, M. Pd.
NIDN. 195906241986011001

Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M.
NIDN. 0403017403

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

No	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
1	ا	Alif	-
2	ب	Ba'	B
3	ت	Ta'	T
4	ث	Tsa'	Ts
5	ج	Jim	J
6	ح	<u>Ha'</u>	<u>H</u>
7	خ	Kha'	Kh
8	د	Dal	D
9	ذ	Dzal	Dz
10	ر	Ra'	R
11	ز	Zay	Z
12	س	Sin	S
13	ش	Syin	Sy
14	ص	Shad	Sh
15	ض	Dhad	Dha
16	ط	Tha'	Th

No	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
17	ظ	Zha'	H
18	ع	'Ain	'
19	غ	Ghin	Gh
20	ف	Fa'	F
21	ق	Qaf	Q
22	ك	Kaf	K
23	ل	Lam	L
24	م	Mim	M
25	ن	Nun	N
26	و	Waw	W
27	ه	Ha'	H
28	لا	Lam Alif	La
29	ء	Hamzah	-
30	ي	Ya'	Y
31	ة	Ta' marbuthah	<u>T</u>
32	-	-	-

B. Vokal Pendek

َ = a ِ = i

C. Vokal Panjang

ā = â اِي = î

D. Diftong

أَي = ay أَوْ = aw

E. Pembauran

ال = al ال-ش = al-sya

ABSTRAK

Nadya Tsanaz Maulida.2019. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Berlabel Halal dan Tidak Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Angkatan 2015-2018). Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi

Perkara halal dan haram mudah sekali bergulir di Indonesia, hal ini karena mayoritas penduduk di Indonesia adalah beragama Islam, dan dalam agama Islam segala hal yang berkaitan dengan kehidupan umatnya telah diatur dengan baik, Maka aspek halal dan haram ini karena sangat mempengaruhi Muslim terhadap kualitas pengabdianya kepada Sang Pencipta, berdasarkan hasil pra survei tentang *preference* mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Siliwangi terhadap produk kosmetik Berlabel Halal didapatkan informasi bahwa sebanyak 180 orang menggunakan produk Berlabel Non Halal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Preferensi Konsumen Terhadap Produk Berlabel Halal dan Tidak Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Angkatan 2015-2018).

Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu penelitian kualitatif. Data primer diperoleh dari wawancara,, kuesioner dan observasi. Sedangkan data sekunder berupa dokumentasi, studi literature dan peraturan perundang-undangan. Data dalam penelitian ini di analisis dengan teori yang relevan sehingga didapat kesimpulan tentang preferensi konsumen yang berkaitan dengan halal dan haramnya suatu produk kosmetik.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis terhadap produk kosmetik di Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi mengenai preferensi konsumen terhadap produk kosmetik berlabel halal dan tidak berlabel halal dapat disimpulkan bahwa berlabel halal tidak menjadi preferensi utama bagi mahasiswa Fakultas Agama Islam.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Preferensi, Kosmetik, Halal.

ABSTRACT

Nadya Tsanaz Maulida. 2019. *Preferensi Konsumen Terhadap Produk Berlabel Halal dan Tidak berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Angkatan 2015-2018)*. Islamic Economics Department. Islamic Faculty Siliwangi University Tasikmalaya.

The lawsuit of allowed and forbidden are easily happen in Indonesia, this matter was because of the majority of Indonesian were Islam, and in Islam everything about the human live has been set out properly. Thus, the aspect of allowed and forbidden influenced every moslem, towards the quality of their activities to the creator. Based on the pra-survey result on Islamic Faculty's student preference in Siliwangi University towards the allowed lable on the cosmetics product, gained that about 180 students used the non-allowed labled product.

The aim of this research is to know the consumens preference towards allowed lable product . and non-allowed lable product (Case study on Islamic Faculty student in Siliwangi University 2015-2018).

The researcher in this study use qualitative as the research method, the primary data acquired from interview, quetionnaraire, and observation. At the same time, the secondary data was frorm of the documentation, literature review, and lawsun the regulation. The data in this study were analyxed through the relevan theory, thus is activated the conclusion about konsumen preference.

The conclusion about konsumen preference dealing with the allowed and forbidden about some cosmetic product. The finfing of this research showed the consumer still used non-allowed labled product. In addition, the of it's product non regardless of the psychological factor, personal, culture and social. In this study, The researcher expect to the consumer. Especially moslem's consumer to be more selective in deciding and determining to buy some product that is traded from a company, so that will not emerge. Any hesitation in determining to buy some cosmetic products.

Keywords : Consumer Behavior, Purchase Decision, Preference Cosmetics, The Allowed.