

**SKRIPSI**

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP  
PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK TERDAFTAR PADA  
BPOM DITINJAU DARI PRILAKU KONSUMEN  
(Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 di IAIN  
Metro Lampung)**

**OLEH:  
DEWI LARASATI  
NPM. 14117994**



**Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1440 H/ 2019 M**

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK  
TERDAFTAR PADA BPOM DITINJAU DARI PRILAKU KONSUMEN  
(Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 IAIN Metro Lampung)

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:  
Dewi Larasati  
NPM. 14117994

Pembimbing I : Drs. Dri Santoso, MH  
Pembimbing II : Liberty SE.,MA

Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1440 H/ 2018 M

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BPOM DITINJAU DARI PRILAKU KONSUMEN (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 di IAIN Metro Lampung)**

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994  
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Desember 2018

Pembimbing I

Pembimbing II



**Drs. Dri Santoso, MH**  
NIP. 19670316 199503 1 001



**Liberty, SE., MA**  
NIP. 19740824 200003 2 002

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : Pengajuan Proposal

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_\_\_\_\_  
Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi saudara:

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BPOM DITINJAU DARI PRILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS MAHASISWI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2014 IAIN METRO LAMPUNG)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas penerimaannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh*

Pembimbing I



**Drs. Dri Santoso, MH**  
NIP. 196703161995031001

Metro, Desember 2018  
Pembimbing II



**Liberty SE., MA**  
NIP. 197408242000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725)4507, Fax.(0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: 0095 / In. 28. 3 / D / PP. 00. 9 / 01 / 2019

Skripsi dengan Judul : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BPOM DITINJAU DARI PERILAKU KONSUMEN (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syari'ah Angkatan 2014 IAIN Metro Lampung), disusun Oleh: Dewi Larasati, NPM: 14117994, Jurusan Ekonomi Syari'ah (Esy) yang telah dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/ 03 Januari 2019.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Drs. Dri Santoso, M.H

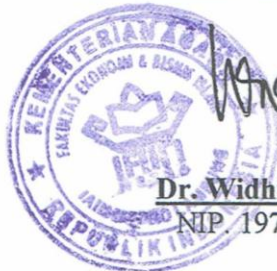
Penguji I : Nizaruddin, S.Ag.,M.H

Penguji II : Liberty, SE., MA

Sekretaris : Liana Dewi Susanti, M.E.,Sy



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Humf**  
NIP. 19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BPOM DITINJAU DARI PRILAKU KONSUMEN (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 di IAIN Metro Lampung)**

**Oleh:  
DEWI LARASATI**

Produk produk kosmetik yang sudah banyak di pasarkan saat ini masih banyak yang belum memenuhi standar kualitas, hal ini membuat masyarakat harus selektif dalam memilih produk yang akan di gunakan. Dalam era globalisasi saat ini peran pengawasan pemerintah dalam mengatur beredarnya produk kosmetik harus senantiasa dilakukan agar kualitas perlindungan konsumen meningkat. Untuk itu telah dibentuk Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) yang memiliki jaringan nasional dan internasional serta kewenangan penegakan hukum dan memiliki usaha profesional yang tinggi guna mengawasi produk produk yang beredar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2014 tentang produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen. Sifat dari penelitian ini yaitu jenis penelitian lapangan (*field research*). Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif, dengan tehnik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Adapun wawancara kepada mahasiswi ekonomi syariah IAIN Metro angkatan 2014, kemudian data tersebut diolah dengan teknik analisa kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif.

Berdasarkan hasil analisis data, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa persepsi mahasiswi IAIN Metro cenderung dapat memahami bagaimana produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM dan yang terdaftar pada BPOM. Dari hasil penelitian juga menyatakan bahwa sebagian mahasiswi pernah menggunakan produk yang belum terdaftar pada BPOM. Dalam memilih dan membeli sebuah produk kosmetik sebagian mahasiswi dipengaruhi oleh faktor teman dekat dan diri sendiri, hal ini termasuk di dalam salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.



## MOTTO

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

*“Wahai manusia, makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu.” (Q.S. Al-baqarah :168)*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya. Peneliti persembahkan skripsi ini sebagai bentuk bukti, dan kasih sayang kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak M.Masram dan Ibu Suprihatin yang selalu mencurahkan kasih sayangnya, perhatian, kesabaran dan selalu memberikan semangat serta tidak kenal lelah mendoakan untuk keberhasilan anak-anaknya sejak kecil hingga sekarang.
2. Kakakku tercinta Dedi Miswanto S.Pd dan adikku Umi Nur Azizah yang selalu mendukung serta membantu saya selama proses 4 tahun ini.
3. Bapak Drs. Dri Santoso, MH dan Ibu Liberty SE.,MA selaku Pembimbing satu dan dua yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi.
4. Almamater Institut Agama Islam (IAIN) Negeri Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT atas taufik dan hidayah-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Proposal ini.


Penelitian Proposal ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.

Dalam upaya penyelesaian penyusunan Proposal ini, Peneliti banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya Peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Widya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Drs. Dri Santoso, MH dan Ibu Liberty SE.,MA selaku Pembimbing satu dan dua yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta para Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penelitian menempuh pendidikan di IAIN Metro.
5. Sahabat-sahabat terbaikku, Ramadhan Nawa Saputri, Ayu Anastavia, Widya Sari, Ina Novila, Retno Febriana, Ridha Hidayanti, Rani Rahayu.
6. Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro khususnya angkatan 2014 selaku narasumber serta teman-teman Esy C.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kritik dan saran demi kebaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Metro, Desember 2018  
Peneliti,



**Dewi Larasati**  
NPM. 14117994

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Persepsi .....	9
1. Pengertian Persepsi Mahasiswa .....	9
2. Karakteristik seseorang memengaruhi persepsi .....	10
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	11
4. Proses Persepsi .....	12
B. Kosmetik Dan Label .....	13
1. Pengertian Kosmetik .....	13
2. Macam-Macam Kosmetik.....	15
3. Label BPOM .....	16
4. Tujuan Menggunakan Kosmetik .....	19
C. Perilaku Konsumen .....	20
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
3. Minat Beli Masyarakat .....	23
4. Keputusan Pembelian.....	24
5. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	25
6. Perilaku Konsumen Menurut Ekonomi Islam.....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	30
B. Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
D. Teknik Analisis Data.....	34

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	35
1. Sejarah IAIN Metro.....	35
2. Visi dan Misi IAIN Metro.....	37
3. Gambaran Mahasiswi Ekonomi Syariah.....	38
B. Persepsi Mahasiswi Ekonomi Syariah Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada BPOM .....	40
C. Analisis Persepsi Mahasiswi Ekonomi Syariah Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada BPOM.....	45

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	51
B. Saran.....	51

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, salah satunya terlebih untuk tampil menarik dengan menggunakan berbagai varian kosmetik.<sup>1</sup> Istilah kosmetik berasal dari bahasa Yunani yakni “*Kosmetikos*” yang berarti keahlian dalam menghias. Berdasarkan asal katanya kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan atau disemprotkan pada bagian badan manusia dengan maksud membersihkan, memelihara, menambah daya tarik dan tidak termasuk golongan obat.<sup>2</sup> Kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintesis. Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi

---

<sup>1</sup>Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi tigabelas jilid 1*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2008), h.12.

<sup>2</sup>Herni Kustanti, *Tata Kecantikan Kulit*, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008), h.63.

baik.<sup>3</sup> Jadi, kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan keinginan konsumen, khususnya wanita agar tampil lebih cantik dan menarik.

Perilaku manusia menjadikan setiap individu memiliki keinginan yang berbeda untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, setiap manusia harus membeli, kemudian menggunakan, memakai, mengkonsumsi berbagai kebutuhan barang untuk memenuhi kebutuhan yang paling dasar sampai dengan kebutuhan yang paling tinggi. Maka terlihat jelas bahwa perilaku manusia yang berbeda-beda tersebut termasuk dalam perilaku konsumen. Istilah perilaku konsumen merujuk kepada perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.<sup>4</sup> Dalam kegiatan mencari tentu bukan terbatas dalam mencari barang yang dibutuhkan melainkan juga mencari mencari informasi yang terkait dengan barang yang diinginkan, demikian jelas bahwa di dalamnya termasuk hal-hal yang terkait dengan kualitas, harga, ukuran, cara mendapatkannya, cara penggunaannya dan lain sebagainya. Begitu pula dengan perilaku wanita. Wanita cenderung memperhatikan penampilan karena hal itu merupakan sesuatu yang sangat penting. Keinginan wanita untuk tampil cantik bisa terlihat jelas dari banyaknya produk-produk kecantikan yang dikonsumsi salah satunya yaitu

---

<sup>3</sup>Rosaria, *Fungsi Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan Dalam Produk Kosmetika Di Kota Samarinda*, (Samarinda, Universitas Samarinda), ISSN 0000-0000, Volume 4, Nomor 2, 2016, h. 4192

<sup>4</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta. 2013), h.32.

kosmetik. Oleh karena itu saat ini sudah banyak beredar berbagai macam inovasi produk. Inovasi yang berkembang menghasilkan berbagai jenis produk khususnya produk kosmetik yang dapat dikonsumsi. Maka dalam hal ini wanita harus cerdas dalam memilih produk kosmetik, beberapa pertimbangan yang harus diperhatikan yaitu dari segi kualitas, harga, dan kesehatan.

Peran pengawasan pemerintah dalam mengatur beredarnya produk kosmetik harus senantiasa dilakukan agar kualitas perlindungan konsumen meningkat. Saat ini masih banyak barang dan jasa termasuk obat-obatan yang beredar untuk diperjual-belikan yang menyalahi aturan pemerintah. Untuk itu telah dibentuk Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) yang memiliki jaringan nasional dan internasional serta kewenangan penegakan hukum dan memiliki usaha profesional yang tinggi. Sebuah produk dikatakan mendapat izin dari BPOM yaitu dengan adanya kode produk dan label dari BPOM itu sendiri. Dengan adanya label ini maka konsumen dapat memastikan produk mana saja yang sudah jelas baik dan benar. Jika sebuah produk tidak ada atau belum berlabel BPOM maka konsumen harus cerdas dalam memilih produk yang terjamin kualitasnya.

Lapisan masyarakat khususnya wanita akan lebih selektif dalam membeli produk kosmetik. Karena produk kosmetik yang dijual dipasaran belum tentu semua berlabelkan BPOM. Salah satu populasi yang sangat membutuhkan produk kosmetik yaitu mahasiswa karena untuk menunjang penampilan. Prasurvey yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan beberapa mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2014 di IAIN Metro Lampung dengan

menggunakan metode wawancara. Dalam hal ini peneliti memilih prodi Ekonomi Syariah karena mahasiswi dapat menjelaskan alasan yang kritis terhadap informasi yang diperoleh dan kemampuannya dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Adapun jumlah mahasiswa keseluruhan di IAIN Metro berjumlah 221 mahasiswa, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap 15 orang dari 163 mahasiswi yang ada. Wawancara pada mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2014 yang pertama adalah Ramadhan Nawa Saputri menurutnya label BPOM yang terdapat di sebuah produk tidak terlalu penting, dalam memilih produk kosmetik ia lebih tertuju kepada harga jika harga tinggi maka kualitas produk pun bagus, begitu pun sebaliknya. Selain itu aroma khas pada produk tersebut dapat dirasakan apabila produk tersebut racikan yang abal-abal atau produk yang berkualitas baik.<sup>5</sup> Wawancara yang kedua yaitu dengan Ina Novila, ia berpendapat bahwa dalam memilih produk kosmetik label BPOM sangat penting karena untuk mengukur kualitas yang terdapat pada produk tersebut.<sup>6</sup> Wawancara lainnya dengan Widya Sari menurutnya label BPOM itu penting namun di lihat dari segi konsumen kebanyakan pasti wanita cenderung memilih produk kosmetik yang menurut mereka bagus dan nyaman di pakai, dan menurutnya hanya beberapa produk tertentu yang dilihat label BPOM nya.<sup>7</sup> Selain itu ada Putri Nasocha yang berpendapat bahwa menurutnya dalam memilih produk kosmetik ia kadang

---

<sup>5</sup>Wawancara dengan Ramadhan Nawa Saputri, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, Agustus 2018

<sup>6</sup>Wawancara dengan Ina Novila, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, Agustus 2018

<sup>7</sup>Wawancara dengan Widya Sari, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, Agustus 2018



memperhatikan label BPOM dan kadang tidak. Biasanya produk yang berlabel BPOM cenderung mahal. Maka dari itu saat ia membeli kosmetik tergantung situasi dan dilihat dari kondisi keuangan yang ada.<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil prasurvey yang peneliti lakukan, beberapa mahasiswa berpendapat label BPOM itu penting, meskipun menurut mereka penting namun mereka jarang sekali memperhatikan produk kosmetik yang terdaftar atau tidak terdaftar pada BPOM. Masih banyak mahasiswa yang belum memperhatikan adanya label BPOM. Meskipun terdapat sebuah produk yang belum berlabel BPOM dan menurut mereka produk itu bagus, cocok, dan nyaman mereka tetap mau membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Mereka cenderung memilih produk yang sudah cocok dengan kulit mereka, cocok dari segi kualitas harga, dan cocok karena sudah lama menggunakan produk tersebut. Mereka memilih produk tersebut tanpa memikirkan efek samping apa yang akan timbul. Dengan demikian dapat dilihat bahwa tindakan-tindakan mahasiswa dalam memilih produk kosmetik termasuk dalam perilaku konsumen, karena mereka terlibat dalam proses pengambilan keputusan, memperoleh, menggunakan dan mengonsumsi.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai persepsi mahasiswa terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM. Peneliti menggunakan judul “PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BPOM DITINJAU DARI PERILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS

---

<sup>8</sup>Wawancara dengan Putri Nasocha, Mahasiswa Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN, Agustus 2018

MAHASISWI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2014 IAIN METRO LAMPUNG).

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2014 tentang produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen?

## **C. Tujuan dan manfaat penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

Memperdalam pengetahuan tentang persepsi mahasiswa tentang produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penulisan skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan dalam keputusan pembelian, selain itu dapat mempelajari lebih dalam dalam bidang pemasaran, khususnya untuk memperjualbelikan produk-produk kosmetik yang baik dan halal.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dipahami oleh pembaca mengenai produk-produk baik yang sudah atau belum terdaftar pada BPOM dan hubungannya dengan keputusan pembelian serta memperdalam

wawasan manajemen pemasaran dalam memperjualbelikan produk-produk kosmetik yang tentunya sesuai dengan etika bisnis islam yang ada.

#### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian Relevan berisi uraian mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan persoalan yang akan dikaji. Beberapa penelitian terdahulu, yaitu:

Penelitian tentang Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi STAIN Jurai Siwo Metro Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2010, yang diteliti oleh Novi Eka Safitri mahasiswi STAIN Jurai Siwo Metro. Metode yang digunakan kualitatif. penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik.<sup>9</sup>

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Siti Nurhayati tentang “Pengaruh Produk Berlabel Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Di Kelurahan Iringmulyo kota Metro pada tahun 2010”, metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deduktif variabel. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh produk berlabel halal terhadap minat beli r.<sup>10</sup>

Rizqi Ratna Sari dengan judul Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Berlabel Halal Dan Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Mahasiswa STAIN

---

<sup>9</sup>Novi eka safitri, skripsi *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi STAIN Jurai Siwo Metro Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2010*, STAIN Jurai Siwo Metro, 2010.

<sup>10</sup>Siti Nurhayati, skripsi *Pengaruh Produk Berlabel Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim*, Iringmuyo Metro, 2010.

Jurai Siwo Metro. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis yaitu dengan menilai informasi yang ada, kemudian diuraikan dan memberikan pemahaman berdasarkan pengalaman hidup sejumlah orang yang terkait dengan penelitian tersebut.<sup>11</sup> Dalam uraian di atas dapat dilihat bahwa penelitian yang diajukan berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, karena terfokus pada persepsi mahasiswa terhadap produk yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen yang ada.

---

<sup>11</sup>Rizqi Ratna Sari, skripsi *Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Berlabel Halal Dan Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Mahasiswa STAIN Jurai Siwo Metro, STAIN Jurai Siwo Metro, 2010.*

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Persepsi**

##### **1. Pengertian Persepsi Mahasiswa**

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses mengorganisasikan dan memaknakan kesan-kesan indra untuk memberikan arti terhadap lingkungannya. Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa latin, *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses pemilihan pengorganisasian dan penginterpretasian berbagai stimulus menjadi informasi yang bermakna.<sup>12</sup> Persepsi digambarkan sebagai proses dimana individu menyeleksi, mengorganisasi dan menterjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian dunia.<sup>13</sup> Persepsi dapat juga didefinisikan sebagai cara pandang manusia terhadap lingkungannya, terhadap apa yang disekelilingnya. Persepsi juga merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.<sup>14</sup>

Dengan demikian persepsi merupakan suatu pemahaman tentang proses memilih suatu objek atau peristiwa melalui panca indra sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

---

<sup>12</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen teori dan praktik*, (Bandung : Cv Pustaka Setia, 2015), h.110

<sup>13</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.66

<sup>14</sup>Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung:Alfabeta, 2017), h.149

Mahasiswa merupakan seseorang yang belajar baik di sekolah tinggi, institut, universitas, akademi maupun di perguruan tinggi. Dalam istilah umum, maha adalah strata tertinggi dalam sebuah kehidupan. Maka bisa dipastikan mahasiswa adalah murid yang belajar menuntut ilmu di perguruan tinggi. Menurut Sarwono, mahasiswa adalah orang yang secara terdaftar untuk mengikuti pelajaran di sebuah perguruan tinggi dengan batasan umur sekitar 18-30 tahun.

Jadi dapat disimpulkan persepsi mahasiswa adalah seseorang yang melakukan proses memilih suatu objek atau peristiwa melalui panca indra sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

## **2. Karakteristik Seseorang Memengaruhi Persepsi**

Menurut Robbins persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang yang dipengaruhi oleh hal-hal berikut<sup>15</sup>:

- a. *Attitudes* yaitu dua individu yang sama tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat berbeda satu dan yang lain.
- b. *Motives* yaitu kebutuhan yang tidak terpuaskan yang mendorong individu memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsinya.
- c. *Interest* yaitu fokus dari perhatian kita dipengaruhi oleh minat karena minat seseorang berbeda satu dengan yang lain.
- d. *Experiences* yaitu fokus karakter individu yang berkaitan dengan pengalaman masa lalu.

---

<sup>15</sup>Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta:Studi Press, 2003), h. 150.

- e. *Expectations* yaitu ekspektasi yang dapat mengubah persepsi individu dalam melihat yang mereka harapkan dari yang terjadi saat ini.

Jadi, persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter-karakter seseorang individu dengan cara yang berbeda-beda.

### 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Nugroho J.Setiadi faktor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima. Tanggapan yang timbul atas rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a. Sikap, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
- b. Motivasi yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
- c. Minat yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- d. Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
- e. Harapan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, h. 151.

- f. Sasaran, yaitu memengaruhi penglihatan yang akhirnya akan memengaruhi persepsi.
- g. Situasi atau keadaan sekitar turut memengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

#### **4. Proses Persepsi**

Persepsi timbul akibat karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan memengaruhi seseorang melalui alat indranya. Yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan sentuhan. Stimulus tersebut diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan oleh setiap orang dengan cara masing-masing.

Proses persepsi diawali dengan adanya stimuli yang mengenai pancaindrayang disebut sebagai sensasi. Stimuli ini beragam bentuknya dan akan selalu memborbardir indra konsumen. Jika dilihat dari asalnya stimuli pada konsumen ada yang berasal dari individu (seperti aroma, iklan, dan lain-lain) serta yang berasal dari dalam diri individu seperti harapan kebutuhan dan pengalaman.<sup>17</sup>

Proses terjadinya persepsi meliputi berikut ini:

- a. Proses fisis, objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indra.
- b. Proses fisiologis, stimulus yang diterima alat indra dilanjutkan oleh saraf sensoris ke otak.

---

<sup>17</sup>Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, h.113.



- c. Proses psikologis, terjadi proses pengolahan otak sehingga individu menyadari yang ia terima dengan alat indra.

## **B. Kosmetik Dan Label**

### **1. Pengertian Kosmetik**

Kosmetik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti alat-alat kecantikan seperti bedak, krem, lotion, dan lain-lain untuk memperindah wajah, kulit dan sebagainya. Istilah kosmetika berasal dari bahasa Yunani yaitu “*kosmein*” yang berarti “berhias”. Istilah kosmetik berasal dari bahasa Yunani yakni “*Kosmetikos*” yang berarti keahlian dalam menghias. Berdasarkan asal katanya kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan atau disemprotkan pada bagian badan manusia dengan maksud membersihkan, memelihara, menambah daya tarik dan tidak termasuk golongan obat.<sup>18</sup> Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.<sup>19</sup> Sekarang kosmetika dibuat manusia tidak hanya dari bahan alami tetapi juga bahan buatan untuk maksud meningkatkan kecantikan.

---

<sup>18</sup>Herni Kustanti, *Tata Kecantikan Kulit*, (Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008), h.63.

<sup>19</sup>Rosaria, *Fungsi Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan Dalam Produk Kosmetika Di Kota Samarinda*, (Samarinda, Universitas Samarinda), ISSN 0000-0000, Volume 4, Nomor 2, 2016, h. 4192

Kosmetika digunakan secara luas baik untuk kecantikan maupun untuk kesehatan. Sehat dalam arti luas adalah keadaan sejahtera fisik, mental dan sosial. Penampilan kulit sehat dapat dilihat dari struktur fisik kulit berupa warna, kelenturan, tebal dan tekstur kulit. Berbagai faktor yang mempengaruhi penampilan kulit sehat, misalnya umur, ras, iklim, sinar matahari serta kehamilan. Kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aromatubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintesis.<sup>20</sup>

Kosmetik berguna untuk memperbaiki kesehatan, kebersihan dan penampilan fisik manusia dan melindungi bagian tubuh dari kerusakan yang disebabkan oleh lingkungan. Kosmetik termasuk dalam sediaan farmasi, maka pembuatannya harus mengikuti persyaratan, keamanan, dan pemanfaatan sesuai Undang-Undang kesehatan serta peraturan pelaksanaannya.

Penggunaan kosmetik harus diperhatikan, kesalahan dalam memilih kosmetik dapat menyebabkan berbagai macam masalah. Efek penggunaan kosmetik yang salah atau palsu dapat menimbulkan berbagai hal, mulai dari perubahan warna kulit yang pada akhirnya dapat menyebabkan bintik-bintik hitam pada kulit, perubahan warna kulit, alergi, iritasi kulit, kulit kemerah-merahan, rasa pedih dan terbakar. Lebih dari itu dapat juga menimbulkan gangguan system saraf, seperti insomnia,

---

<sup>20</sup>Rezky Nur Amalia, Peran Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Dalam Pengawasan Kosmetik Tanpa Izin Edar Di Kota Makasar, Skripsi pada Universitas Negeri Makasar

kepipunan, gangguan penglihatan, gerakan tangan abnormal, gangguan emosi, gagal ginjal, batu ginjal, kerusakan permanen otak, dan kerusakan paru-paru serta merupakan zat *karsinogenik* (dapat menyebabkan kanker) pada manusia.

Di dalam memilih kosmetik yang baik dalam hal ini cocok dengan pemakai, mempunyai ciri-ciri khusus yaitu harus memiliki keamanan yang cukup yaitu tidak menggunakan bahan terlarang, disamping itu kosmetik harus memiliki mutu dengan produksi yang baik dan hanya menggunakan bahan dengan spesifikasi yang sesuai dengan kosmetik. Misalnya tabir surya, dan menggunakan bahan alami dalam pembuatan kosmetik.<sup>21</sup>

Jadi dari penjelasan di atas, peneliti berpendapat bahwa kosmetik merupakan alat kecantikan untuk memperindah dan melindungi tubuh dari gangguan lingkungan sekitar dan digunakan untuk kesehatan.

## 2. Macam-Macam Kosmetik

Berdasarkan bahan dan penggunaannya serta untuk maksud evaluasi, produk kosmetik dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu:<sup>22</sup>

- a) Kosmetik golongan I adalah kosmetik yang digunakan untuk bayi, misalnya minyak bayi, bedak bayi, dll.
- b) Kosmetik perawatan untuk mandi, misalnya sabun mandi, *bath capsule*, dll.
- c) Kosmetik untuk bagian mata, misalnya *mascara*, *eyes shadow*, dll.
- d) Kosmetik bagian pengharum, misalnya parfum.

---

<sup>21</sup>Umi Kulsum, *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*, (Malang:2015), h.2

<sup>22</sup>Sani “kosmetik dan penggolongannya “ dalam [www.nurkosmetikunpacti.blogspot.com](http://www.nurkosmetikunpacti.blogspot.com).  
Diunduh pada tanggal 10 juli 2018

- e) Kosmetik bagian rambut, misalnya pewarna rambut.
- f) Kosmetik bagian make-up (kecuali mata) misalnya bedak, lipstik, dll.
- g) Kosmetik bagian kebersihan mulut misalnya pasta gigi, *mounth washes*, dll.
- h) Kosmetik perawatan kulit misalnya pelembab, pelindung, dll.

Setelah peneliti melakukan penelitian macam-macam kosmetik di atas digunakan oleh sebagian wanita, namun salah satu yang banyak diminati dan digunakan adalah pelembab wajah, bedak, dan pelindung wajah. Kandungan yang terdapat pada produk kosmetik tersebut adalah untuk mencerahkan kulit mengubah warna kulit dan mengandung bahan-bahan seperti *skin bleaching* dan *skin lightening*.

### 3. Label BPOM

#### a. Pengertian Label BPOM

Labeling berkaitan dengan pemasaran. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah lembaga pemerintah yang bertugas melakukan regulasi, standarisasi, dan sertifikasi produk makanan dan obat yang mencakup keseluruhan aspek pembuatan, penjualan, penggunaan, dan keamanan makanan, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>Rosaria, *Fungsi Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan Dalam Produk Kosmetika Di Kota Samarinda*, ISSN 0000-0000, Volume 4, Nomor 2, 2016, Volume 4, Nomor 2, h. 4191

## b. Fungsi dan Tujuan BPOM

Fungsi dari Badan Pengawas Obat Dan Makanan antara lain<sup>24</sup>:

- 1) Pengkajian dan Penyusunan kebijakan nasional di bidang pengawasan Obat dan Makanan.
- 2) Pelaksanaan kebijakan nasional bidang pengawasan Obat dan Makanan.
- 3) Penyusunan dan penetapan norma, standar, prosedur, dan kriteria sebelum beredar.
- 4) Koordinasi pelaksanaan pengawasan obat dan makanan dengan instansi pemerintah pusat dan daerah.
- 5) Pemantauan dan pemberian dukungan administrasi.
- 6) Penyelenggaraan pembinaan dan pelayanan administrasi umum.

Tujuan adanya badan pengawas obat dan makanan yaitu:

- 1) Kepastian adanya perlindungan kepada konsumen terhadap produksi, peredaran dan penggunaan sediaan farmasi dan makanan yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, khasiat.
- 2) Memperkokoh perekonomian nasional dengan meningkatkan daya saing industri farmasi dan makanan yang berbasis pada keunggulan.

## c. Tata Cara Pendaftaran BPOM

Melalui laman e-bpom para pelaku usaha dapat mendaftarkan produknya secara online. Setelah *login*, pendaftar akan diarahkan

---

<sup>24</sup>Irna nurhayati, *Efektivitas Pengawasan Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, (Mimbar Hukum), Volume 21, Nomor 2, Juni 2009, h.215

untuk mengisi beberapa pertanyaan seperti jenis usaha, alamat, dan surat permohonan. Setelah itu pengusaha harus membayar biaya PNB (Penerimaan Negara Bukan Pajak) tergantung jenis usahanya. Kemudian pendaftar hanya tinggal menunggu persetujuan dari BPOM untuk mendapat Nomor Izin Edar.

Untuk mengenali keaslian produk khususnya kosmetik dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut: masuk ke situs resmi BPOM di <http://www.cekpom.go.id/>, pilih cari kategori berdasarkan yang ingin dicari. Kemudian akan muncul produk kosmetik yang teregistrasi.<sup>25</sup>

Indikator dari label BPOM menggunakan indikator yang sama dengan labelisasi halal. Menurut Mahwiyah ada tiga, yaitu pengetahuan, kepercayaan, dan penilaian terhadap labelisasi halal.<sup>26</sup> Berikut ini adalah arti dari masing-masing indikator diatas:

- 1) Pengetahuan, merupakan informasi yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat dibenak seseorang.
- 2) Kepercayaan, merupakan suatu keadaan psikologis pada saat seseorang menganggap sesuatu benar. Dapat juga anggapan atau keyakinan bahwa sesuatuyang dipercayai itu benar atau nyata.

---

<sup>25</sup>*Ibid.*, h.208

<sup>26</sup>Mahwiyah, *Pengaruh Labelisasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, UIN Syarif Hidayatulah, 2010.

3) Penilaian terhadap labelisasi halal merupakan proses, cara, perbuatan, memberikan nilai terhadap labelisasi halal. Label halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.<sup>27</sup>

#### **4. Tujuan Menggunakan Kosmetik**

Bagi konsumen produk kosmetik merupakan kebutuhan yang cukup penting. Adapun tujuan menggunakan kosmetik yaitu<sup>28</sup>:

a. Kebutuhan pribadi

Bagi sebagian wanita kosmetik merupakan kebutuhan yang cukup penting, maka dari itu kosmetika merupakan kebutuhan pribadi yang harus dipenuhi.

b. Mengubah rupa atau penampilan, maksudnya dengan pemakaian kosmetik yang sesuai dan cocok akan dapat memberikan perubahan pada penampilan seseorang.

c. Meningkatkan daya tarik.

Bagi sebagian orang kosmetik dapat memberikan daya tarik tersendiri untuk menarik perhatian lawan jenis.

---

<sup>27</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (ttp: PT Indeks, 2007) h.45

<sup>28</sup>Herni Kustanti, *Tata Kecantikan Kulit*, h.65

- d. Meningkatkan rasa percaya diri.
- e. Melindungi kulit dari kerusakan sinar matahari, polusi, dan faktor lingkungan yang lain.
- f. Mencegah penuaan dini, dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.

## C. Perilaku Konsumen

### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan barang-barang dan jasa yang dibeli. Perilaku konsumen juga dapat menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa.<sup>29</sup>

Perilaku konsumen seperti yang didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2000) adalah “proses yang dilalui oleh seorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.”<sup>30</sup>

*The American Marketing Association* yang dikutip oleh Nugroho J. Setiadi mendefinisikan “perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis

---

<sup>29</sup>Lamb, Hair Dan Mcdaniel, *Pemasaran Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), H.188

<sup>30</sup>Prasetyo & john, *Perilaku Konsumen*, (yogyakarta: ANDI, 2005), h.9



antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam kehidupan mereka.<sup>31</sup>

Secara umum jenis perilaku konsumen terbagi menjadi dua yaitu konsumen rasional dan konsumen irasional. Adapun konsumen rasional yaitu konsumen yang mengedepankan berbagai aspek seperti kebutuhan utama, kebutuhan mendesak, dan kegunaan produk terhadap konsumen, sedangkan konsumen irasional yaitu konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming potongan harga, atau strategi marketing lainnya.

Jadi, berdasarkan penjelasan di atas peneliti berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen**

Secara umum ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang bersumber dari dalam diri konsumen, sedangkan eksternal yaitu berbagai faktor yang bersumber dari lingkungan sekitar.

---

<sup>31</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.1

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

a. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

1) Motivasi Dan Kebutuhan

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara seharusnya dirasakan dengan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.<sup>32</sup>

2) Kepribadian Dan Gaya Hidup

Kepribadian berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik yang paling dalam pada diri manusia. Perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.

3) Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa

---

<sup>32</sup>Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2016), h.72

serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut.

b. Faktor Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

c. Faktor budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis merupakan sebagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau. Atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.<sup>33</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor diatas sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Apabila salah satu faktor tersebut tidak ada maka, dapat mempengaruhi perilaku konsumen pada kehidupan sehari-hari dan gaya hidup mereka menunjukkan bagaimana konsumen mampu mengatur dan membelanjakan uangnya serta kemampuan mereka untuk mengalokasikan waktu.

---

<sup>33</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen.*,h.63.

### 3. Minat Beli Masyarakat

Untuk melakukan sesuatu, manusia tidak dapat dilepaskan dari adanya minat termasuk dalam melakukan pembelian. Menurut Irawan dikemukakan bahwa minat beli masyarakat adalah kecenderungan masyarakat untuk menggunakan (membeli) suatu produk guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa minat beli masyarakat merupakan suatu kecendrungan sikap dimana seseorang membiasakan menggunakan produk-produk tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Basu swasta DH, bahwa minat beli masyarakat adalah ketertarikan masyarakat untuk membelikan memiliki produk tertentu yang berkaitan dengan kebutuhan hidupnya baik yang bersifat primer maupun sekunder.<sup>34</sup>

Dari pendapat diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa minat adalah suatu sikap seseorang dalam menanggapi hal yang diinginkan, sehingga tertarik untuk memberikan respon-respon yang diberikan oleh seseorang bisa muncul dalam berbagai bentuk, misalnya menerima, menolak, atau meragukan dan sebagainya.

---

<sup>34</sup>Basu Swasta DH, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Angkasa, 1996), h.18.

#### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai.<sup>35</sup>

Ristiyanti prasetijo menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu pilihan tindakan dari beberapa alternatif yang muncul untuk mendapatkan barang atau jasa.<sup>36</sup>

Dari pendapat diatas dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa untuk melakukan suatu keputusan orang harus melalui tahap tertentu, sama halnya dengan keputusan memilih produk atau merek, mereka akan melakukan proses terlebih dahulu mungkin karena mereka tidak mau menanggung resiko apabila membeli produk tersebut, sehingga mereka akan penuh pertimbangan-pertimbangan.

#### 5. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan pembelian melalui beberapa tahap, yaitu:

##### a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mulai menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seseorang seperti haus dan lapar. Kebutuhan juga bisa timbul

---

<sup>35</sup>Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 12 jilid 1 & 2, (Jakarta :PT indeks, 2007), h. 204.

<sup>36</sup>Danang Suntoyo, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (yogyakarta: CAPS (Center For Academic Pubishing Service), 2012), h.28

akibat rangsangan eksternal yang memicu pemikiran tentang kemungkinan melakukan pembelian. Contohnya, suatu iklan atau diskusi dengan teman.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen itu, konsumen mungkin akan membelinya. Jika tidak, konsumen bisa menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi (*information search*) yang berhubungan dengan kebutuhan. Konsumen dapat memperoleh informasi dari beberapa sumber. Sumber-sumber ini meliputi sumber pribadi (keluarga, tetangga, teman, rekan), sumber komersial (iklan, wiraniaga, situs web, penyalur, kemasan, tampilan), sumber publik (media masa, organisasi, pemeringkat konsumen, pencarian internet), dan sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan, dan pemakaian produk).

c. Evaluasi Alternatif

Dari beberapa konsep dasar yang akan membantu memahami proses evaluasi. Pertama, konsumen berusaha memuaskan kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang

diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini. Melalui pengalaman dan pembelajaran, masyarakat mendapatkan keyakinan dan sikap.

d. Keputusan Pembelian

Pada umumnya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan. Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga dan manfaat produk yang diharapkan. Namun, kejadian tak terduga bisa mengubah niat pembelian.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pasca pembelian merupakan tahapan dimana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan ketidak-puasan terhadap pilihan yang diambilnya. Konsumen juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar.<sup>37</sup>

## 6. Perilaku Konsumen Menurut Ekonomi Islam

Perilaku konsumen adalah tingkah laku dari konsumen untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki produk dan jasa. Adapun konsumen dalam islam yaitu kegiatan memanfaatkan atau menghabiskan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia

---

<sup>37</sup> Ibid., h. 280-281

dalam upaya menjaga kelangsungan hidup dengan ketentuan syariat.<sup>38</sup> Bagi seorang muslim tujuan utama konsumsi adalah sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Sesuai dengan firmanNya dalam Al-Quran:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya: “*Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku*”. (Q.S. Az-zariyat [51]:56)

Prinsip nilai yang harus jadi pedoman nilai dan etika dalam perilaku konsumsi seorang muslim yaitu<sup>39</sup>:

a. Prinsip keadilan

Prinsip ini mengandung arti mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hukum. Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam al-Quran:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “*Wahai manusia, makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu*”. (Q.S. Al-baqarah :168).

b. Prinsip kebersihan

Prinsip yang kedua ini menghendaki sesuatu yang dikonsumsi harus baik dan bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental.

<sup>38</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2016), h. 78

<sup>39</sup>Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN MALANG PRESS, 2008), H.109



c. Prinsip kesederhanaan

Prinsip ini mengandung arti dalam melakukan konsumsi tidak boleh berlebihan.

d. Prinsip kemurahan hati

Dalam hal ini islam memerintahkan agar senantiasa memperhatikan saudara dan senantiasa berbagi rasa bersama.

e. Prinsip moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang muslim harus dibingkai oleh moralitas sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.

Jadi perilaku konsumen menurut ekonomi islam yaitu orang yang menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya dalam upaya menjaga kelangsungan hidup sesuai dengan prinsip syariat.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan sebenarnya. Penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas apa yang tengah terjadi di masyarakat.<sup>40</sup>

Penelitian lapangan ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi di lingkungan IAIN Metro khususnya jurusan Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen.

##### **2. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif. Deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk membuat pencandraan mengenai situasi atau kejadian.<sup>41</sup> Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan yang berjenis deskriptif, merupakan penelitian yang menggambarkan dan menguraikan situasi atau kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat maksudnya adalah penelitian yang diarahkan untuk meneliti realitas tentang persepsi mahasiswa terhadap

---

32. <sup>40</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h.

<sup>41</sup>Sumandi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 76.

produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen.

## **B. Sumber Data**

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.<sup>42</sup> Dalam penulisan ini, sumber data yang digunakan adalah:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan khusus untuk mengatasi riset yang sedang diteliti.<sup>43</sup> Data ini harus dicari melalui narasumber, atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang dijadikan obyek penelitian atau orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. Dalam hal ini data primer yang diperoleh langsung dari tempat penelitian yakni lingkungan IAIN Metro Lampung. Sumber data primernya adalah mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkan, data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, organisasi perdagangan.<sup>44</sup> Sumber

---

<sup>42</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 129.

<sup>43</sup>Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013). h. 178

<sup>44</sup>RonyKountor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2005), h. 178.

data sekunder yang bersumber dari bahan-bahan bacaan yang digunakan peneliti adalah buku-buku yang ada relevansi dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan penting dalam kegiatan penelitian dan dilakukan setelah peneliti selesai membuat desain penelitian sesuai dengan masalah yang akan diteliti.<sup>45</sup> Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

Beberapa teknik yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian antara lain:

#### 1. Wawancara(*interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.<sup>46</sup> Wawancara dilihat dari bentuk pertanyaan dapat dibagi dalam 3 bentuk yaitu:

- a. Wawancara berstruktur (pertanyaan-pertanyaan mengarahkan pada jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan).

---

<sup>45</sup>Jonatan Sarwono. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 1*, h.17

<sup>46</sup>W Gulo, *Metode Penelitian*,(Jakarta: Widia Sarana Indonesia, 2002), h. 119

- b. Wawancara tak berstruktur (pertanyaan-pertanyaan yang dapat dijawab secara bebas oleh responden tanpa terikat pada pola-pola tertentu).
- c. Campuran (campuran antara wawancara struktur dan tak berstruktur)<sup>47</sup>

Peneliti menggunakan teknik wawancara ini bertujuan untuk menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan terkait dengan persepsi mahasiswa terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen.

Wawancara ini ditujukan kepada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Metro Lampung. Peneliti mewawancarai 15 mahasiswa dari 163 mahasiswa ekonomi syariah yang ada, dan mahasiswa yang diteliti adalah mahasiswa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di tempat penelitian. Wawancara tersebut dilakukan kepada saudara Putri Nasocha, Apriyani, Widya Sari, Ina Novila, Ramadhan Nawa Saputri, Nuraini Safitriani, Ridha Hidayanti, Sulikah, Shofyana Lathifah, Sitha Shahani, Syinta Wulandari, Nurul Yunara, Indah Cinanti, Eva Melani.

## **2. Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian

---

<sup>47</sup>*Ibid.*, h. 120-121

dan sebagainya.<sup>48</sup> Dokumen ini mencari data-data mengenai jumlah mahasiswa prodi ekonomi syariah, sejarah IAIN Metro Lampung, dan data lainnya.

#### **D. Teknis Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.<sup>49</sup> Penelitian ini menggunakan teknik analisa data kualitatif lapangan dan bersikap deskriptif.

Penelitian ini menggunakan metode berfikir induktif yaitu suatu cara yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah yang bertolak dari pengamatan atas hal-hal atau masalah yang bersifat khusus, kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.<sup>50</sup>

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisa data peneliti mengidentifikasi bagaimana persepsi mahasiswa terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM ditinjau dari perilaku konsumen.

---

<sup>48</sup>Musein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), h. 102

<sup>49</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 18

<sup>50</sup>Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Jilid I, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1984), cet ke-XVI, hal. 42

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Wilayah Penelitian**

##### **1. Sejarah IAIN Metro**

Cikal bakal berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan Bandar Lampung. Karena IAIN Raden Intanitu sendiri merupakan hasil upaya dari para tokoh agama dan tokoh masyarakat yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) yang berdiri tahun 1961 diketuai oleh RD. Muhammad sayyid. Dari hasil musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas yaitu Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan yayasan tersebut.<sup>51</sup>

Melalui berbagai proses akhirnya pada tahun 1964 tepatnya tanggal 13 september 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 86/1964 merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta menjadi negeri, tetapi tidak berdiri sendiri melainkan cabang Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Pada tahun 1967 atas permintaan masyarakat metro kepada YKIL agar dibuka Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah di metro atas Persetujuan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang.<sup>52</sup>

Sebelum pada tahun 1965 didirikan Fakultas Ushuludin yang berkedudukan di Tanjung Karang dengan memperhatikan Keputusan

---

<sup>51</sup> Profil IAIN Metro, <http://metrouniv.ac.id>. Diakses pada 05 November 2018

<sup>52</sup> *Ibid.*

Presiden RI Nomor 27 Tahun 1963 karena untuk ketentuan mendirikan sebuah perguruan tinggi yang berdiri sendiri harus memiliki tiga fakultas sebagai persiapan berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lampung. Selain YKIL pada tahun 1965 juga didirikan yayasan perguruan tinggi islam lampung (yaperti) yang dipimpin oleh KH.Zakaria Nawawi. Yayasan ini berjalan sejak 27 agustus 1966, yayasan ini berusaha menyantuni fakultas-fakultas yang ada dan berusaha untuk merubah status fakultas tersebut dari swasta menjadi negeri.<sup>53</sup>

Setelah IAIN Raden Intan Lampung resmi dibuka, maka Fakultas Tarbiyah yang semula menginduk ke IAIN Raden fatah Palembang ditetapkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri, sebagai Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Intan Lampung Metro berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI No 188 Tahun 1966. Tidak lama setelah perubahan IAIN Raden Intan Tanjung Karang menjadi Raden Intan Bandar Lampung mengikuti perubahan nama ibu kota Lampung menjadi Bandar Lampung terbitlah Surat Edaran Bimas Islam No E.III.OT//OO/AZ/184/1996 Tanggal 23 Agustus 1996 tentang Penataan Kelembagaan Fakultas IAIN di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.<sup>54</sup>

Sebagai kelanjutan maka pada tanggal 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk pada kesempatan ini ditetapkan pula perubahan dan pengesahan fakultas di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK

---

<sup>53</sup>*Ibid.*

<sup>54</sup>*Ibid.*



Presiden No 11 tahun 1997 tertanggal 21 maret 1997 Masehi bertepatan dengan tanggal 12 Dzulqaidah 1417 Hijriyah, yang selanjutnya tanggal tersebut dijadikan sebagai hari Milad STAIN jurai siwo metro.

Tahun 2010 adalah tahun persiapan alih status STAIN menjadi IAIN. Saat ini civitas akademika STAIN Jurai Siwo ini Metro dengan berbagai upaya berusaha menjadi perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam pengkajian dan pengembangan ilmu, seni dan budaya keislaman.<sup>55</sup>

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No 71 tanggal 1 agustus 2016, menurut Perpres tersebut pendirian Institut Agama Islam Negeri (IAIN) metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.<sup>56</sup>

## 2. Visi, Misi IAIN Metro

### a. Visi

Visi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro adalah “Menjadi Perguruan Tinggi Agama Islam yang Inovatif dalam sinergi *socio-ecotechno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan”.

---

<sup>55</sup>*Ibid.*

<sup>56</sup>*Ibid.*

b. Misi

Misi institut agama islam negeri (IAIN) Yaitu:

- 1) Membentuk sarjana yang memiliki pengetahuan keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
- 2) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat.
- 3) Melaksanakan tata kelola manajemen kelembagaan yang berkualitas.

### **3. Gambaran Mahasiswi Ekonomi Syariah**

Institut agama islam negeri (IAIN) metro merupakan satu-satunya Perguruan Tinggi Islam Negeri yang ada di kota Metro. Di IAIN Metro sendiri terdapat empat fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Dan Fakultas Ushuludin, Adab, Dan Dakwah (FUAD). Dalam fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) dibagi menjadi empat jurusan yaitu Ekonomi Syariah (Esy), D3 Perbankan Syariah (D3 PBS), S1 Perbankan Syariah(S1 PBS) Dan Manajemen Haji Dan Umrah (MHU).

Program studi S1 Ekonomi Syariah IAIN Metro dibuka mulai tahun akademik 2005/2006. Program studi ini didirikan untuk mencetak para ekonom dan akademisi muslim yang diharapkan akan mampu mengawal dinamisnya perkembangan ekonomi islam di Indonesia. Program studi Ekonomi Syariah memiliki misi terdepan dalam melahirkan

sarjana Ekonomi Syariah yang profesional dan islami. Untuk mewujudkan visi tersebut program studi ini memiliki misi sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berorientasi pada profesionalisme kerja dan pengembangan akademis.
- b. Menyiapkan praktisi profesional muslim dibidang ekonomi islam.
- c. Menjadi sentra laboratorium penelitian keilmuan ekonomi islam.

Adapun kompetensi lulusan program studi S1 ekonomi syariah adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai manajer keuangan
- b. Sebagai supervisor keuangan
- c. Sebagai akuntan muslim
- d. Sebagai dewan pengawas lembaga keuangan
- e. Sebagai wirausahawan muslim<sup>57</sup>

Berdasarkan data yang peneliti peroleh jumlah seluruh mahasiswi jurusan ekonomi syariah adalah berjumlah 767 mahasiswi. Dengan jumlah yang begitu banyak peneliti melihat setiap mahasiswi memiliki gaya berpenampilan yang berbeda-beda. Di sini peneliti hanya mewawancarai mahasiswi ekonomi syariah khususnya angkatan 2014 dan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di tempat penelitian.

Di sini peneliti melihat ada ketertarikan para mahasiswi dalam menggunakan kosmetik guna memenuhi kebutuhan atau hanya sekedar keinginan saja.

---

<sup>57</sup> [Metrouniv.ac.id](http://Metrouniv.ac.id)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswi jurusan ekonomi syariah berjumlah 767 sedangkan untuk angkatan 2014 jurusan ekonomi syariah itu sendiri berjumlah 163 mahasiswi.

## **B. Persepsi Mahasiswi Ekonomi Syariah Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada BPOM**

Persepsi mahasiswa adalah seseorang yang melakukan proses memilih suatu objek atau peristiwa melalui panca indra sehingga diperoleh suatu kesimpulan. Survey yang telah peneliti lakukan dengan metode wawancara menghasilkan keterangan tentang bagaimana persepsi mahasiswi ekonomi syariah terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM.

Wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber pada 28 Agustus 2018, diperoleh beberapa pendapat. Narasumber pertama yaitu Putri Nasocha. Ocha menyatakan bahwa dalam memilih produk kosmetik ia kadang memperhatikan label BPOM dan kadang tidak. Biasanya produk yang berlabel BPOM cenderung mahal. Maka dari itu saat ia membeli kosmetik tergantung pada keadaan ekonomi, jika mempunyai *budget* berlebih ia akan membeli jika tidak maka ia akan membeli yang menurutnya cocok untuk kulit ia sendiri. Namun menurut ia label BPOM dari produk kosmetik itu sendiri sangatlah penting karena dengan begitu dapat menumbuhkan rasa percaya atau puas terhadap produk tersebut.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup>Wawancara Dengan Putri Nasocha, Mahasiswi IAIN Metro Ekonomi Syariah Tahun 2014, Pada 28 Agustus 2018.

Pendapat lain yang peneliti peroleh dari wawancara melalui narasumber bernama Apriyani yaitu ia menggunakan produk yang cukup populer di kalangan kaum hawa, meskipun baru 5 bulan menggunakannya ia sudah cukup nyaman dan alasan lain yang dipilih karena harga dan kualitas cukup baik. Menurut ia label BPOM sangat mempengaruhi keputusannya membeli sebuah produk kosmetik, karena meskipun kualitas bagus kalau tidak berlabel BPOM tidak akan menjamin apakah itu sehat atau tidak bagi kesehatan. Faktor pribadi, dan lingkungan seperti teman dekat serta faktor psikologis mempengaruhi ia dalam pembelian kosmetik yang ia pilih.<sup>59</sup>

Pada hari yang sama peneliti juga mewawancarai narasumber Shofyana Lathifah dan Shita Sahani, menurut mereka produk yang belum berlabel BPOM sebaiknya harus dihindari karena belum bisa dipastikan kandungan apa saja yang ada di produk kosmetik tersebut. Mereka juga pernah menggunakan produk kosmetik yang belum berlabel BPOM dan hasilnya tidak memuaskan meskipun tidak ada efek buruk namun mereka lebih memilih tidak memakai lagi produk kosmetik tersebut. Menurut Shita faktor yang mempengaruhi ia membeli produk kosmetik yaitu teman dekat, berbeda dengan Shofyana, ia membeli kosmetik semata-mata hanya untuk kebutuhan diri sendiri dan menurut pilihan ia sendiri.<sup>60</sup>

Pada hari yang sama peneliti juga melakukan wawancara terhadap narasumber bernama Ina Novila Dan Widya Sari. Ina Novila berpendapat

---

<sup>59</sup>Wawancara Dengan Apriyani, , Mahasiswi IAIN Metro Ekonomi Syariah Tahun 2014, Pada 28 Agustus 2018.

<sup>60</sup>Wawancara dengan Shofyana Lathifah dan Shita Sahani, Mahasiswi IAIN Metro Ekonomi Syariah Tahun 2014, Metro 28 Agustus 2018

bahwa dalam memilih produk kosmetik label BPOM sangat penting karena untuk mengukur kualitas yang terdapat pada produk tersebut. Namun ia juga berpendapat bahwa tergantung kondisi, jika memungkinkan maka ia akan membeli namun jika tidak lebih baik memilih produk yang lain meskipun tidak berlabel BPOM asalkan produk tersebut sudah terbukti bagus.<sup>61</sup> Wawancara lainnya dengan Widya Sari menurutnya label BPOM itu penting namun di lihat dari segi konsumen kebanyakan pasti wanita cenderung memilih produk kosmetik yang menurut mereka bagus dan nyaman di pakai, dan menurutnya hanya beberapa produk tertentu yang dilihat label BPOM nya.<sup>62</sup>

Wawancara selanjutnya kepada narasumber Ramadhan Nawa Saputri menurutnya label BPOM tidak terlalu penting, dalam memilih produk kosmetik ia lebih tertuju kepada harga jika harga tinggi maka kualitas produk pun bagus, begitu pun sebaliknya. Selain itu aroma khas pada produk tersebut dapat dirasakan apabila produk tersebut racikan yang abal-abal atau produk yang berkualitas baik. Tapi jika harganya mahal dan cocok di wajah berarti produk tersebut bagus meskipun tanpa adanya label BPOM. Menurutnya juga selama produk tersebut tidak berpengaruh buruk pada kulit maka tidak menjadi masalah, karena label BPOM bukan sebuah patokan bahwa produk

---

<sup>61</sup>Wawancara Dengan Ina Novila, Mahasiswi IAIN Metro Ekonomi Syariah Tahun 2014, Metro 28 Agustus 2018

<sup>62</sup>Wawancara dengan Widya Sari, Mahasiswi IAIN Metro Ekonomi Syariah Tahun 2014, Metro Agustus 2018

tersebut bagus, ada juga meskipun tanpa label produk kosmetik tersebut baik bahkan sudah laku dipasaran.<sup>63</sup>

Wawancara selanjutnya pada tanggal 3 september 2018 dilakukan kepada narasumber Sulis Oktaviani ia menyatakan bahwa dalam memilih produk kosmetik ia selalu melihat label BPOM. Karena menurutnya label BPOM sangat penting untuk melihat apakah produk tersebut aman atau tidak untuk digunakan. Ia bahkan tidak pernah sama sekali menggunakan kosmetik yang tidak berlabel BPOM, menurutnya kosmetik yang tidak berlabel tersebut sangat mengerikan untuk digunakan, terlebih lagi jika efeknya terlalu cepat dirasakan. Dalam membeli produk kosmetik tidak ada faktor yang secara spesifik mempengaruhi ia untuk memilih produk yang baik digunakan, ia memilih berdasarkan kecocokan kulit serta kenyamanan saat dipakai.<sup>64</sup>

Wawancara selanjutnya kepada narasumber Nuraini Safitriyani ia berpendapat bahwa sangat perlu mengecek label BPOM pada sebuah produk kosmetik, ia sendiri pun belum terlalu banyak menggunakan kosmetik, menurutnya jika sudah cocok menggunakan satu produk maka tetap bertahan pada produk itu saja. Kemudian, ia melihat siapa saja yang sudah menggunakan produk kosmetik tersebut, jika banyak berarti kualitas produk itu bagus namun jika tidak maka produk tersebut belum bagus. Hal ini

---

<sup>63</sup>Wawancara dengan Ramadhan Nawa Saputri, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, pada Agustus 2018

<sup>64</sup>Wawancara dengan Sulis Oktaviani, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, pada 3 September 2018.

mengungkapkan bahwa dalam membeli suatu produk ia melihat faktor teman-teman dekatnya.<sup>65</sup>

Pendapat Nuraini hampir sama seperti yang diutarakan oleh narasumber Indah Chinanti, ia sendiripun tidak pernah berganti kosmetik dan tetap bertahan pada pilihan kosmetik yang ia gunakan. Tetapi menurutnya produk yang bagus kualitasnya terlihat dari cocok atau tidaknya produk tersebut saat digunakan. Jadi label BPOM itu sendiri bukan menjadi patokan apakah produk tersebut baik atau tidak. Tergantung bagaimana individu memilihnya. Namun Indah sendiri pertama kali memilih kosmetik yang ia pakai, melihat apakah tercantum label BPOM atau tidak.<sup>66</sup>

Wawancara selanjutnya yaitu dengan narasumber Syinta Wulandari, dalam memilih sebuah kosmetik ia selalu melihat label BPOM karena menurutnya di zaman yang serba modern ini banyak berbagai kosmetik yang bagus namun abal-abal. Dengan adanya label BPOM maka dapat meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut memang benar-benar aman.<sup>67</sup>

Wawancara lain dengan Eva Melani, Ridha Hidayanti, Sulikah, dan Nurul Yunara yaitu mereka berpendapat bahwa label BPOM itu sangat penting di dalam sebuah produk kosmetik karena ketika produk sudah berlabel maka tidak diragukan lagi kualitasnya. Selain itu produk berlabel BPOM juga telah melewati proses uji laboratorium sehingga tidak akan mengandung

---

<sup>65</sup>Wawancara dengan Nuraini Safitriyani, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, pada 3 September 2018.

<sup>66</sup>Wawancara Dengan Indah Chinanti, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, Pada September 2018.

<sup>67</sup>Syinta Wulandari, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, Pada September 2018.



unsur-unsur kimia yang membahayakan bagi kesehatan. Dalam membeli produk kosmetik mereka juga mempertimbangkan harga serta kualitas dari produk tersebut. Mereka juga berpendapat selain faktor pribadi, faktor psikologis dan lingkungan juga mempengaruhi dalam membeli sebuah produk kosmetik. Rata rata mereka membeli produk kosmetik dipengaruhi oleh teman dekat, dan ada juga yang memilih karena menurutnya cocok dan baik bagi kulit mereka.<sup>68</sup>

### **C. Analisis Persepsi Mahasiswi Ekonomi Syariah Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada BPOM**

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat diperoleh hasil bahwa dalam memilih dan melakukan pembelian produk kosmetik mahasiswi tidak banyak mengalami kesulitan. Hal ini dikarenakan mahasiswi dapat membuat keputusan untuk membeli dan menggunakan suatu produk, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi termasuk dalam perilaku konsumen. Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor pribadi, faktor sosial, faktor budaya, dan faktor psikologis.

1. Adapun faktor-faktor yang berhubungan dalam persepsi mahasiswi dalam memilih produk kosmetik yaitu:

#### a. Faktor Pribadi

Mahasiswi dalam menggunakan kosmetik cenderung dipengaruhi oleh faktor pribadi. Faktor pribadi merupakan

---

<sup>68</sup> Wawancara Dengan Eva, Ridha, Nurul, Sulikah, Mahasiswi Ekonomi Syariah Tahun 2014 IAIN Metro, September 2018

karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Adapun beberapa hal yang terdapat dalam faktor pribadi yaitu kepribadian dan gaya hidup, motivasi dan kebutuhan, serta pengetahuan konsumen.

Seperti yang diungkapkan oleh Apriyani bahwa menurutnya faktor pribadi merupakan salah satu pilihan dalam menggunakan kosmetik. Ia berpendapat bahwa menggunakan kosmetik merupakan gaya hidup yang sudah diterapkan sejak dulu. Selain itu menggunakan kosmetik merupakan kebutuhannya sehari-hari, begitupun dalam memilih produk yang dipakai Ia mencari informasi dari berbagai macam jenis produk, dengan begitu ia dapat memahami produk yang baik maupun produk yang tidak baik. Hal ini sama seperti yang diungkapkan oleh Shofyana Lathifah menurutnya, kosmetik merupakan kebutuhan sehari-hari dan dalam membeli produk kosmetik ia tidak dipengaruhi oleh siapapun dan semata-mata hanya karena kebutuhan diri sendiri.

b. Faktor Psikologis

Faktor yang cenderung berpengaruh yaitu faktor psikologis, yaitu sebagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang. Seperti yang diungkapkan oleh Apriyani, Nuraini, Eva Melani, Ridha Hidayanti, Shita Shahani, Sulikah, dan Nurul Yunara. Mereka mengatakan bahwa faktor lingkungan

merupakan hal yang mempengaruhi dalam menggunakan kosmetik. Dalam hal ini termasuk teman dekat bahkan lingkungan sekitar yang mempengaruhi dalam menggunakan kosmetik yang dipilih. Dalam menggunakan kosmetik rata-rata mahasiswi terpengaruh oleh teman dekat, seperti yang diungkapkan oleh Nuraini mengatakan bahwa sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut Ia melihat siapa saja yang sudah pernah menggunakan produk tersebut, apakah banyak dari teman dekatnya yang menggunakan atau tidak. Jika banyak yang menggunakan produk tersebut berarti kualitas dari produk tersebut cenderung baik, dan begitu juga sebaliknya.

Maka dilihat dari penjelasan diatas mahasiswi masuk dalam bagian perilaku konsumen yang mana perilaku konsumen itu sendiri merupakan tentang bagaimana pembuat keputusan baik individu, kelompok untuk membuat keputusan pembelian atau melakukan transaksi pembelian suatu produk untuk dikonsumsi. Faktor faktor yang mempengaruhi mahasiswi yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis.

## 2. Relevansi Persepsi Mahasiswi Terhadap Perilaku Konsumen

Persepsi mahasiswi tentang produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM tentunya berbeda beda sesuai dengan tingkat pemahaman yang dimiliki. Adapun faktor faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswi yaitu Sikap, Motivasi, dan Minat. Sikap,yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya suatu tanggapan yang diberikan seseorang. Beberapa mahasiswi yang peneliti wawancarai mereka mempunyai anggapan tentang negatif dan

positifnya mengenai label BPOM yang terdapat pada produk kosmetik. Ada yang beranggapan bahwa produk kosmetik yang tidak berlabel BPOM belum cukup baik, karena kebanyakan kosmetik tersebut sangat berpengaruh terhadap kesehatan kulit, dan produk tersebut belum terjamin kualitasnya. Ada juga yang berpendapat bahwa produk yang belum berlabel BPOM tidak menjamin produk kosmetik tersebut buruk, tergantung bagaimana para konsumen teliti dalam memilihnya. Adapun Motivasi yaitu hal yang mendorong seseorang untuk mendasari sikap tindakan yang dilakukannya, adapun dalam memilih produk kosmetik mahasiswi mempunyai dorongan yang membuat mereka memilih produk kosmetik yang akan digunakan, salah satunya faktor teman dekat hal ini juga termasuk di dalam faktor psikologis. Kemudian adanya Minat yaitu faktor yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu objek tertentu dan tentu saja minat para mahasiswi untuk memilih dan menggunakan produk kosmetik berbeda-beda.

Adapun label BPOM sangat penting dicantumkan di sebuah produk khususnya produk kosmetik, seperti yang kita ketahui bahwa kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan keinginan konsumen, khususnya wanita agar tampil lebih cantik dan menarik. Selain itu juga produk yang sudah terdaftar pada BPOM dinilai memiliki kualitas yang baik karena diolah dengan cara yang baik dan telah diuji coba dalam laboratorium secara sistematis. Hal ini terlihat dalam

bentuk label BPOM pada kemasan produknya. Tanpa label masyarakat sulit memastikan komposisi dan proses yang dilalui produk tersebut.

Label BPOM membantu konsumen untuk memastikan bahwa produk tersebut telah mendapat izin resmi dari pemerintahan. Namun meskipun begitu ada hal yang perlu disadari bersama bahwa bukan berarti produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM tersebut buruk, atau produk tersebut tidak boleh digunakan, seperti yang kita ketahui bahwa sekarang banyak berbagai kosmetik yang dijual tanpa adanya label BPOM namun masih laku dan tetap banyak yang membelinya. Hal tersebut terbukti bahwa ada beberapa kosmetik yang non-BPOM juga memiliki kualitas yang baik, hanya saja produk kosmetik tersebut tidak berlabel karena belum didaftarkan pada lembaga BPOM.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa relevansi persepsi mahasiswi terhadap perilaku konsumen yaitu sebagian besar mahasiswi sebagai konsumen cenderung lebih memperhatikan label BPOM pada sebuah produk kosmetik yang digunakan. Persepsi mereka pun berbeda-beda sesuai dengan pemahaman yang dimiliki. Dan faktor faktor yang paling dominan terhadap persepsi mahasiswi yaitu Sikap, Motivasi, Minat.

Selain itu mahasiswi masuk dalam bagian perilaku konsumen yang mana perilaku konsumen merupakan tentang bagaimana pembuat keputusan baik individu, kelompok untuk membuat keputusan pembelian atau melakukan transaksi pembelian suatu produk untuk dikonsumsi. Faktor faktor yang mempengaruhi mahasiswi yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis.

Adapun dalam Islam Konsumen yang baik yaitu dapat menggunakan barang atau jasa dengan ketentuan syariat dan sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Sesuai dengan firmanNya dalam Q.S Az-Zariyat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya: “*Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku*”. (Q.S. Az-zariyat [51]:56)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa tujuan utama konsumsi bagi seorang muslim yaitu sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Maka dari itu sebagai mahasiswi kita harus cermat dalam mengkonsumsi sesuatu terutama dalam produk kosmetik, jika tidak maka akan membawa dampak buruk baik itu bagi kesehatan mental dan jiwa.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswi IAIN Metro cenderung dapat memahami produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM. Menurut mahasiswi produk kosmetik non BPOM belum terbukti kualitasnya, dapat menyebabkan efek samping seperti kerusakan pada kulit, belum bisa dipastikan kandungan apa saja yang tercampur dari produk tersebut, dan belum bisa mentaati peraturan pemerintah. Adapun dalam memilih dan membeli sebuah produk kosmetik, sebagian mahasiswi dipengaruhi oleh faktor pribadi yaitu kebutuhan, kepribadian dan gaya hidup. Serta faktor psikologis yaitu pengaruh lingkungan sekitar, dan teman dekat.

#### **B. Saran**

Kepada mahasiswi IAIN Metro diupayakan dalam memilih produk kosmetik agar lebih memperhatikan kualitas produk yang akan digunakan. Meskipun tidak semua produk kosmetik mempunyai label BPOM namun bukan berarti produk tersebut tidak boleh digunakan. Ada baiknya mahasiswi lebih cermat dalam memperhatikan komposisi serta kualitas dalam produk kosmetik tersebut. Meskipun demikian label BPOM juga sangat penting diperhatikan karena lebih meyakinkan kandungan dalam produk produk yang akan dipasarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta DH. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Angkasa, 1996.
- Danang Suntoyo. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Pubishing Service). 2012.
- Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung:Alfabeta. 2017.
- Eko Suprayitno. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN MALANG PRESS, 2008.
- Herni Kustanti. *Tata Kecantikan Kulit*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. 2008
- Irna nurhayati, “Efektivitas pengawasan badan pengawas obat dan makanan”. *Mimbar hukum* volume 21. nomor 2. juni 2009. h.215
- Jonatan Sarwono. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 1*
- Kartini Kartono. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju. 1996.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. ttp: PT Indeks. 2007.
- Lamb Hair dan McDaniel. *Pemasaran Buku 1*. Jakarta: salemba empat, 2001.
- Mahwiyah. *Pengaruh Labelisasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. UIN Syarif Hidayatullah. 2010.
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2003.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.
- Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Musein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press. 2000.
- Novi eka safitri. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi STAIN Jurai Siwo Metro Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2010*. STAIN Jurai Siwo Metro. 2010.
- Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2010.



- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* edisi ke 12 jilid 1 & 2. Jakarta : PT indeks, 2007.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi tigabelas jilid* . PT Gelora Aksara Pratama, 2008.
- Prasetyo dan John. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI, 2005.
- Rezky Nur Amalia, Peran Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Dalam Pengawasan Kosmetik Tanpa Izin Edar Di Kota Makasar, skripsi pada Universitas Negeri Makasar.
- Rizqi Ratna Sari. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Berlabel Halal Dan Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Mahasiswa STAIN Jurai Siwo Metro. STAIN Jurai Siwo Metro. 2010.*
- Rosaria, “Fungsi Balai Besar Pengawas Obat Dan Makanan Dalam Produk Kosmetika Di Kota Samarinda”. Samarinda, Universitas Samarinda. *eJournal Administrasi Negara*. Volume 4. Nomor 2. h. 4192
- Rony Kountor. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Akasara. 2005.
- Sani “kosmetik dan penggolongannya, dalam [www.nurkosmetikunpacti.blogspot.com](http://www.nurkosmetikunpacti.blogspot.com).
- Siti Nurhayati. *Pengaruh Produk Berlabel Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim. Iringmuyo Metro. 2010.*
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI, 2016.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2006.
- Sumandi Suryabrata. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.
- Sutrisno Hadi. *Metodologi Research*, Jilid I. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM. 1984.
- Umi Kulsum. *Bahaya Kosmetik Bagi Kesehatan*. Malang:2015.
- Vinna Sri Yuniarti. *Perilaku Konsumen teori dan praktik*. Bandung : Cv Pustaka Setia. 2015.
- Vinna Sri Yuniarti. *Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA. 2016.
- W Gulo. *Metode Penelitian*. Jakarta: Widia Sarana Indonesia. 2002.

# LAMPIRAN

## **OUTLINE**

### **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BPOM DITINJAU DARI PERILAKU KONSUMEN (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 IAIN Metro Lampung)**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- E. Latar Belakang Masalah
- F. Pertanyaan Penelitian
- G. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- H. Penelitian Relevan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

- D. Persepsi
  - 1. Pengertian Persepsi Mahasiswa
  - 2. Karakteristik seseorang memengaruhi persepsi
  - 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi
  - 4. Proses Persepsi
- E. Kosmetik Dan Label
  - 1. Pengertian Kosmetik
  - 2. Macam-Macam Kosmetik
  - 3. Label BPOM
    - a. Pengertian label BPOM
    - b. Fungsi BPOM
    - c. Tujuan BPOM
    - d. Prosedur BPOM?
  - 4. Tujuan Menggunakan Kosmetik

- F. Perilaku Konsumen
  - 1. Pengertian Perilaku Konsumen
  - 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
  - 3. Minat Beli Masyarakat
  - 4. Keputusan Pembelian
  - 5. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian
  - 6. Perilaku Konsumen Menurut Ekonomi Islam

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

- E. Jenis dan Sifat Penelitian
- F. Sumber Data
- G. Teknik Pengumpulan Data
- H. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Deskripsi Wilayah Penelitian
  - 1. Sejarah IAIN Metro
  - 2. Visi Misi IAIN Metro
  - 3. Gambaran Mahasiswi Ekonomi Syariah
- B. Persepsi Mahasiswi Ekonomi Syariah Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada BPOM
- C. Analisis Persepsi Mahasiswi Ekonomi Syariah Terhadap Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar Pada BPOM

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP**

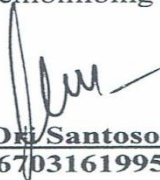
Metro, Oktober 2018  
Mahasiswa ybs,



**Dewi Larasati**  
**NPM. 14117994**

Mengetahui,

Pembimbing I



**Drs. Drs. Santoso, MH**  
**NIP. 196703161995031001**

Pembimbing II



**Liberty SE., MA**  
**NIP. 197408242000032002**

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**  
**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PRODUK KOSMETIK**  
**YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BPOM**  
**DITINJAU DARI PERILAKU KONSUMEN**  
**(Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2014**  
**IAIN Metro Lampung)**

A. Wawancara terhadap mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2014

1. Produk kosmetik apa saja yang anda pakai?
2. Apa saja merk produk yang anda pakai?
3. Sudah berapa lama anda menggunakan kosmetik tersebut?
4. Apa saja pertimbangan anda sebelum memilih produk kosmetik?
5. Apa yang mempengaruhi anda untuk membeli produk kosmetik tersebut?
6. Apakah orang-orang terdekat memiliki andil dalam mempengaruhi anda untuk memilih produk kosmetik?
7. Apakah anda pernah menggunakan produk kosmetik yang tidak berlabel BPOM? Jika pernah, apakah kualitas produk kosmetik tersebut baik?
8. Bagaimana tanggapan anda terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel BPOM?
9. Apakah produk kosmetik berlabel BPOM itu penting?
10. Apakah jika anda membeli produk kosmetik selalu melihat label BPOM?
11. Apakah label BPOM mempengaruhi minat konsumen untuk membeli?
12. Apakah anda tetap membeli kosmetik yang tidak berlabel BPOM jika kualitas nya baik?

B. Dokumentasi

1. Data tentang sejarah IAIN Metro Lampung
3. Data tentang Visi Misi IAIN Metro Lampung
4. Data tentang gambaran Mahasiswa Ekonomi Syariah

Metro, Oktober 2018  
Mahasiswa Ybs,

**Dewi Larasati**  
**NPM. 14117994**

Pembimbing I



**Drs. Dri Santoso, MH**  
**NIP. 196703161995031001**

Pembimbing II



**Liberty SE., MA**  
**NIP. 197408242000032002**



**KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Dewi Larasati

Fakultas/Jurusan

: Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy

NPM : 14117994

Semester/TA

: VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu/ 3 Okt 2018	✓	Facult. Bus E. pada. A. Uraian. B. LKJ 13 pa. pada. Uraian 1. .... 2. praker. Uraian Tanda Tangan	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

**Drs. Dri Santoso, MH**  
NIP. 196703161995031001

**Dewi Larasati**  
NPM.14117994



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2.	Rabu/ 30kt 2018	✓	tema. org. mengamalkan. kegiatan. form. KIA. awal. a. kegiatan. b. materi. c. Rongga. form. materi.	

Dosen Pembimbing I,

**Drs. Dfi Santoso, MH**  
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs,

**Dewi Larasati**  
NPM.14117994





KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa / 9 oktober 2018	✓	All our time	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

**Drs. Dji Santoso, MH**  
NIP. 196703161995031001

**Dewi Larasati**  
NPM.14117994





KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994


Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa/ 16 okt 2018	✓	Tujuan Magang di Cafe milik Lenteng Low. Kpom pada Masuk di Cafe ini	 

Dosen Pembimbing I,

  
**Drs. Dri Santoso, MH**  
NIP.196703161995031001

Mahasiswa Ybs,

  
**Dewi Larasati**  
NPM.14117994



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa/ 30 Okt 2018	✓	Acc. Kons. 1. 11. 11	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

**Drs. Dri Santoso, MH**  
NIP. 196703161995031001

**Dewi Larasati**  
NPM.14117994



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	PembimbingI	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu/ 31 okt 2018	✓	Hal-hal yang dibicarakan	

DosenPembimbing I,

MahasiswaYbs,

**Drs. Dri Santoso, MH**  
NIP. 196703161995031001

**Dewi Larasati**  
NPM.14117994



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Larasati

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy


NPM : 14117994


Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2.	Selasa/ 11 Des 2018	-	1. fawak - falton pdaeris si falon dup. kabunin man. kpan - di fawak per badi dikan Mgymbi 6. pnyin di Neri Mgym. 8. belanci pncepe falon dep postu Uculun wadun dalu dala	 

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

  
**Drs. Dri Santoso, MH**  
NIP/196703161995031001

  
**Dewi Larasati**  
NPM.14117994



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	PembimbingI	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa/ 18 Des 2018	✓	Ace - di ununggalah la -	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Drs. Dri Santoso, MH  
NIP. 196703161995031091

Dewi Larasati  
NPM.14117994







KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 10/ -18 /10	✓	Bimbingan APD APD telah di tambah & di kembangkan isi pertanyaannya. APD Acc. Lanjutkan ke tahap selanjutnya	   

Dosen Pembimbing II,



Liberty SE., MA  
NIP. 197408242009032002

Mahasiswa Ybs,



Dewi Larasati  
NPM. 14117994







KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	PembimbingII	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin 26/ - 10 11	✓	Bimbingan Bab 4-5 Setiap bimbingan Cover judul harus di lampirkan Deskripsi Wilayah Penelitian lebih di perjelas saja . Visi + misi lembaga jika gak ada lubunya dengan judul skripsi abstrak / Buang	   

Dosen Pembimbing II,



Liberty SE., MA  
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs,



Dewi Larasati  
NPM. 14117994







KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	PembimbingII	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2	Rabu 28/-18 "	✓	Teknis kutipan / footnot mengacu pada buku panduan penulisan (konsisten)  Penulisan bahasa asing lebih teliti lagi	 

Dosen Pembimbing II,

Liberty SE., MA  
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs,

Dewi Larasati  
NPM. 14117994






KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metro Univ.ac.id E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

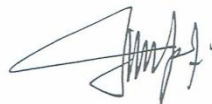
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Larasati  
NPM : 14117994

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Esy  
Semester/TA : VIII/2018

No	Hari/ Tanggal	PembimbingII	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
4	Rabu 5/12-18	✓	Acc Bab 4-5 . lengkapi lampiran = pendukung . lanjutkan ke pemb I	  

Dosen Pembimbing II,



Liberty SE., MA  
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs,



Dewi Larasati  
NPM. 14117994

## DATA ESY NPM 2014

No	Nama Lengkap Mahasiswa	NPM	Tempat Lahir	Tanggal Lahir			Jenis Kelamin
				Tgl	Bln	Thn	
1	ABDUL MUKHSIN	14117654	GAYA BARU III	27	6	1996	L
2	ADI DARMAWANTO	14117664	Wonokarto	12	7	1996	L
3	ADINDA CHOIRUL UMMAH	14117674	metro	20	9	1996	P
4	ADISTY AFIFATUROZI	14117684	Batangharjo	15	2	1996	P
5	AHMAD IQBAL	14117694	GUNUNG BATIN BARU	21	3	1995	L
6	AHMAD JALIL	14117704					L
7	AHMAD RIDHO AL AMIN	14117714	RAMANAJI	25	5	1994	L
8	AIL TUNKY EROMIKO	14117724	SUMBERGEDE	17	9	1996	L
9	ALIB NUROHIM	14117734	Bandarjaya	18	12	1994	L
10	ALITA NURJANNAH	14117744	SUKADANA	30	11	1995	P
11	ALMANDO QASHMAL AL-KHAIRI	14117754	Lampung	21	8	1996	L
12	ANA SAVITRI	14117764	waywakak	24	8	1996	P
13	ANDI SAPUTRA	14117774	SUMBERSARI	30	5	1996	L
14	ANDIKA FANSORI	14117784	negara nabung	3	10	1996	L
15	ANISA INSYIAH	14117794	Batu Badak	20	3	1996	P
16	ANOM SUMITRA	14117804	RESTU BARU	3	12	1993	L
17	APRIANA	14117814	Tulang Bawang	8	4	1996	P
18	APRIYANI	14117824	SUKOHARJO	19	4	1996	P
19	ASEH AFIYANTI	14117834	Nampirejo	19	6	1995	P
20	ASRI HERNA WATI	14117844	TERBANGGI BESAR	4	4	1995	P
21	AYU DAMAYANTI	14117854	ADIPURO	14	2	1996	P
22	AYUANA AULIA	14117864	MUJI RAHAYU	18	8	1995	P
23	BADRIATUL MUSYAROFAH	14117874	negri agung	9	8	1996	P
24	BAHRONI CANDRA PRIATNA	14117884	Gantiwarno	25	4	1996	L
25	BARA LESMANA	14117894	Teluk Betung	2	10	1995	L
26	BERTIANA	14117904	SEKAMPUNG	27	11	1995	P
27	CATUR WAHYU NINGRUM	14117914	RATNA DAYA	15	3	1996	P
28	CECEP KURNIA FAJRI	14117924	Nunggalrejo	19	4	1994	L
29	CHANDRA ADITYA	14117934	GUNUNG BATIN	4	4	1995	L
30	DARATUN NASEHAH	14117944	ISOREJO	10	8	1996	P
31	DENI KURNIAWAN	14117954	Negeri Katon	25	7	1996	L
32	DESI ANGGARA	14117964	CANDIREJO	22	12	1995	P
33	DESTA AMELIA	14117974	Kotagajah	5	12	1996	P
34	DEVI MUNTAMA	14117984	BEKRI	7	12	1996	P
35	DEWI LARASATI	14117994	Kota Gajah kecamatan punggur	28	5	1996	P
36	DEWI OKTAVIANI	14118004	Lampung Tengah	19	10	1996	P
37	DIAH GINANJAR SARI	14118014	Metro	28	6	1995	P
38	DIAN PUJI ASTUTI	14118024	SIDODADI	16	1	1996	P
39	DICKY YUDHA PRIYATNA	14118034	punggur	25	11	1996	L
40	DINI CITRA WAHYUNI	14118044	SIDOMULYO	22	6	1995	P
41	DW I RATNASARI	14118054	Braja Harjosari	9	8	1995	P
42	DW I YULIANTO	14118064	METRO	15	7	1993	L

43	DWY SAFITRI	14118074					P
44	DWI DIAN MAWARNI	14118084	BANDAR SARI	21	8	1995	P
45	DWI NOVIYANA	14118094	PUJOKERTO	6	11	1996	P
46	EGI PUTRA SETIAWAN	14118104	RAMAN AJI	8	7	1996	L
47	EKA WAHYU NURHIDAYAH	14118114	Metro	4	5	1995	P
48	ELY MUNA	14118124	Margakencana	10	7	1996	P
49	EMA INDRIANI	14118134	FAJAR BARU	1	4	1996	P
50	ENI SUSANTI	14118144	TULANG BAWANG	18	11	1995	P
51	ERSITA	14118154	Metro	29	10	1995	P
52	EVA MELANI	14118164	SIDODADI	6	11	1996	P
53	EVA TRI HANDAYANI	14118174	Adirejo	5	8	1995	P
54	EVI RATNASARI	14118184	SUKACARI	10	10	1995	P
55	FADLILLAH HERTISCA	14118194	METRO	16	9	1996	L
56	FARRA TIA WARDANI	14118204	PURWOREJO	10	1	1996	P
57	FASIYAM TRIA NINGSIH	14118214	BANARJOYO	13	2	1996	P
58	FEBRI DIAN ANGGRAINI	14118224	METRO	20	2	1996	P
59	FEBRIYANI SAFITRI	14118234	Trimurjo	19	2	1996	P
60	FERI ARDIANSYAH	14118244	SIDOMULYO	19	1	1996	L
61	FERNANDA PRASETYO	14118254	Balekencono	28	1	1996	L
62	FIDIYANTO ARI PRANATA	14118264					L
63	FITRI UTAMI	14118274	WAY JEPARA	4	2	1996	P
64	FITRIYANA	14118284	BUMISARI	15	2	1997	P
65	FRITI FINDAWATI	14118294	METRO	12	2	1996	P
66	GUSTARINA ANDINI	14118304	METRO	22	8	1996	P
67	HANI ANISAH	14118314	NAMBAHREJO	15	11	1994	P
68	HASANUDIN	14118324	KAHURIPAN JAYA	11	4	1995	L
69	HENDRI WIDIA ASTUTI	14118334	SUKOHARJO	28	3	1996	P
70	HENI PRASETYAWATI	14118344	CEMPAKA NUBAN	17	11	1995	P
71	HENI PRATIWI	14118354	Bumiharjo	17	5	1996	P
72	IDA NUR SA' ADAH	14118364	pugung raharjo	2	8	1996	P
73	IDA RACHMAYATI	14118374	Gantiwarno	14	6	1995	P
74	IGA ZAHROTUL MUFARRIDAH	14118384	PEKALONGAN	3	3	1997	P
75	IMAM FAUZI	14118394	TERBANGGI SUBING	22	5	1995	L
76	INA NOVILA	14118404	MATARAM BARU	1	11	1996	P
77	INDAH CHINANTI	14118414	PUNGGUR	8	9	1996	P
78	INDAH SETYA LESTARI	14118424	Sember Gede	26	8	1996	P
79	INDRAWATI	14118434	TULUS REJO	24	5	1994	P
80	INTAN KURNIA	14118444	Bandar Jaya	14	6	1996	P
81	IQBAL MUHAROM	14118454	GANJAR AGUNG	22	6	1995	L
82	IRVAN ARVIANSYAH	14118464					L
83	ISMAILLUDIN	14118474					L
84	ISNA PUSPITA DEWI	14118484	LANCAR JAYA	10	4	1996	P
85	JANUAR ADI WIBOWO	14118494	SIDORAHAYU	21	10	1994	L
86	JUANDA	14118504	Metro	12	6	1994	L
87	JUNICO FERNANDO	14118514	METRO	2	6	1995	L
88	KHOIRUL AMRI	14118524	sumpersari	28	4	1991	L
89	KIKI ANGGRAINI	14118534	KOTAGAJAH	4	5	1996	P
90	KIKI DWI LARASATI	14118544	Karang Jawa	6	3	1998	P

91	KRISTINA	14118554	Sri Rejosari	10	7	1995	P
92	LADY ROS ANGELIA	14118564	KOTABUMI	30	9	1996	P
93	LAILLATUS SAFITRI	14118574	BRAJA DEWA	20	4	1996	P
94	LIYAN ADI SAGITA	14118584	SUKADANA BARU	12	4	1996	L
95	LULU' DWI MAULANI	14118594	Bumi Jawa	11	4	1996	P
96	LULUK MASYRUKAH	14118604	SUKADANA	19	6	1996	P
97	LULUK MUKHAROMAH	14118614	Bumi Jawa	6	4	1996	P
98	LUSI AMBARSARI	14118624	Tulung Agung	29	7	1995	P
99	M ARIS NUGROHO	14118634	kotabumi	4	6	1995	L
100	M MUHITH ASYARI	14118644	Gaya Baru II	20	12	1995	L
101	M NUR DWI CAHYO	14118654	METRO	17	5	1996	L
102	M WIJAYA PARIPURNA	14118664	PALEMBANG	20	10	1996	L
103	M. SYAPEI RAMADHAN	14118674					L
104	M.IRVAN SAPUTRA	14118684	METRO	5	5	1996	L
105	MAGHFUR ABDULLAH	14118694	PODOREJO	6	12	1994	L
106	MARETA RISTIANA	14118704	ADIREJO	17	3	1996	P
107	MARTIKAWATI	14118714	METRO	1	3	1996	P
108	MAULID DIANAWATI	14118724					P
109	MEGA ALVIN KIAINA	14118734					L
110	MELIANA KUSNAWATI	14118744	KOTABUMI	16	5	1995	P
111	MIFTAHUL HUDA	14118754	Sambikarto	24	2	1996	L
112	MITA OKTAVIA	14118764	BUMIRAHAYU	17	10	1995	P
113	MUHAMMAD IQBAL SAPUTRA	14118774	BANDAR JAYA	14	9	1996	L
114	MUHAMMAD NURYANTO	14118784	TANJUNG HARAPAN	8	2	1996	L
115	MUHAMMAD PUTRA PRATAMA	14118794	GUNUNG SUGIH	8	1	1997	L
116	MULIYANA	14118804	Jambi	22	4	1996	P
117	MUQTADIR ADI PRATAMA	14118814	SRITEJO KENCONO	17	8	1996	L
118	MUSTIKA EDI SANTOSA	14118824	ASTOMULYO	23	4	1996	L
119	NADIA ALMAS	14118834	KOTA BUMI	21	11	1996	P
120	NAFIATUL BAROKAH	14118844					P
121	NANANG IRWANSYAH	14118854	HADIMULYO	30	8	1995	L
122	NASRUL AZIDIN	14118864	Gedung Harapan	10	5	1996	L
123	NIA ARILIANI PUTRI	14118874					P
124	NIKMATUL MASKUROH	14118884	Gayau Sakti, LEMPUYANG BANDAR	1	6	1996	P
125	NOFITASARI	14118894		10	11	1996	P
126	NOVA SUCISARI	14118904	LAMPUNG TENGAH	22	11	1993	P
127	NUNGKI KUSUMAWATI	14118914	andala cermin	17	8	1995	P
128	NUR BAITI	14118924	PUGUNG RAHARJO	16	8	1995	P
129	NUR FATONAH	14118934	Kalianda	10	10	1996	P
130	NUR HABIB RUBA`I	14118944	SUMBER AGUNG	21	3	1996	L
131	NUR HALIMAH	14118954	GD.HARAPAN	27	10	1995	P
132	NUR KHUSAINI	14118964	WONOSOBO	13	5	1995	L
133	NUR KHUZAIMAH	14118974	TRIMOHARJO	17	3	1996	P
134	NUR MUALIFAH	14118984	BUMI RAHARJO	19	9	1995	P
135	NURAINI SAFITRIYANI	14118994	KALIANDA	20	2	1996	P
136	NURLITA PRIHATININGSIH	14119004	BUMI DIPASENA	10	11	1995	P
137	NURUL HIDAYAH	14119014	LAMPUNG TENGAH	22	6	1996	P

138	NURUL YUNARA	14119024	KEDATON	14	9	1996	P
139	NURVINDA MEILANI	14119034	Rejomulyo 26b	7	5	1996	P
140	OKTIANA SARI	14119044	SUKADANA	30	10	1995	P
141	PUSPITA YOGI WINANDA	14119054	Sidokerto	29	1	1996	P
142	PUTRI AMANAH RAMADHANI	14119064	Balekencono	22	1	1996	P
143	PUTRI MAYASARI	14119074	BANJARREJO	23	5	1996	P
144	PUTRI NASOCHA	14119084	NAMBAH REJO	14	6	1996	P
145	RAHMA DANIA	14119094	banjarrejo	7	2	1996	P
146	RAHMAD ARIYANTO	14119104					L
147	RAMADHAN NAWA SAPUTRI	14119114	Bumi Kencana	9	2	1995	P
148	RANI RAHAYU	14119124	SRI BUDAYA	16	5	1996	P
149	RATIH FISAMAWATI	14119134	TEJO AGUNG	16	4	1995	P
150	RATNA FADILAH	14119144	Cempaka Jaya	21	2	1996	P
151	RATNA WULANDARI	14119154	LAMPUNG	29	3	1997	P
152	REKA LUSIANA DEWI	14119164	Waspada	5	8	1996	P
153	RENI EKA KURNIAWATI	14119174	KOTAGAJAH	8	12	1996	P
154	RENITA DAHLIAWATI	14119184	TULANG AMAN	11	12	1996	P
155	RETNO FEBRIANA	14119194	MENGANDUNG SARI	14	2	1996	P
156	RETNO UMI SALAMAH	14119204	NATAR	1	5	1995	P
157	RIA WIDIANTI	14119214	METRO	21	6	1996	P
158	RICHA ELYSA	14119224	Sukaraja Nuban	3	5	1996	P
159	RIDHA HIDAYANTI	14119234	SRI BUSONO	9	7	1996	P
160	RINDY SINTARIA	14119254	GUNUNG BATIN	27	4	1996	P
161	RIRIN ANDRIYANI	14119264	Gisting	29	5	1995	P
162	RISKA APRIANI	14119274	BANGUN SARI 1	10	8	1995	P
163	RISKA PRATAMI HALAN	14119284	METRO	14	7	1996	P
164	RISKA PRATIWI I	14119294	SUKARAJA TIGA	16	10	1996	P
165	RIYAN PRATIWI	14119304	SIDO BINANGUN	22	5	1995	P
166	RIZKI DELF IYANDO	14119314	KOTA BUMI	26	8	1995	L
167	RONALD DICKY FEBRIAN	14119324	METRO	11	2	1996	L
168	RUDI HARTONO	14119334					L
169	SARMINI LILIS MARLINA	14119344	Mataram Jaya	14	5	1995	P
170	SASMIATI	14119354	Tulung kakan	23	12	1996	P
171	SELI ENDARWATI	14119364	Ganjar Agung	16	5	1996	P
172	SELVIA YESTA UTAMI	14119374	Padang Cahya	26	5	1996	P
173	SERLY RIZKY FERANTY	14119384	Maros	6	9	1995	P
174	SETIOWATI	14119394	WAY ABUNG	2	7	1994	P
175	SHERLY YULINA SARI	14119404	pekalongan	5	7	1996	P
176	SHITA SHAHANI	14119414	Sidodadi	29	4	1996	P
177	SHOFYANA LATHIFAH	14119424	Metro	11	6	1996	P
178	SIAMI MUTMAINAH	14119434	BANDAR JAYA	26	2	1995	P
179	SINDI FITRIA PRATIWI	14119444	Watuagung	7	2	1997	P
180	SISKA ULFIANA	14119454					P
181	SITI ALFIAH	14119464	BATU HITAM	7	8	1996	P
182	SITI AMBAR SARI	14119474	BINJAI NGAGUNG	2	8	1996	P
183	SITI HARDAYANTI RUSVIANA	14119484	SIDOREJO	29	6	1996	P
184	SITI MARATUS SOLEHAH	14119494	bumi nabung	28	8	1996	P

185	SITI NUR JANAH	14119504	PURWOSARI	28	11	1995	P
186	SITI NURPUJI RAHAYU	14119514	KECUBUNG RAYA	5	5	1996	P
187	SITI RUKMANA SARI	14119524	cimarias	26	5	1996	P
188	SRI ARIYANI	14119534	Rama Oetama	9	6	1996	P
189	SULIKAH	14119544	Tanjung Raya	19	6	1996	P
190	SULIS OKTAVIANI	14119554	Dipasena Agung	8	6	1996	P
191	SYINTA WULANDARI	14119564	SIDODADI	9	3	1996	P
192	TADZKIROTUN NAFI`AH	14119574	Hargomulyo	17	7	1996	P
193	TIA MARLELA	14119584	margajaya	3	3	1996	P
194	TIKA GUSTIA SARI	14119594					P
195	TOHA AL AMIN	14119604	Seputih Banyak	6	11	1996	L
196	TONI FAUZI	14119614	GAYA BARU VII	8	9	1996	L
197	TRI HANDAYANI	14119624	RUMBIA	6	6	1996	P
198	TRI HASRIDA YANTI	14119634	SUKADANA	25	5	1997	P
199	TRI MAYASARI	14119644	Adirejo	13	4	1996	P
200	TRIYO PAMBUDI	14119654	DWIKARYA MUSTIKA	3	8	1994	P
201	ULF A NUR FADILLA	14119664	ASTOMULYO	29	7	1996	P
202	ULFA INDRIANA	14119674	SIRAMAN	10	1	1996	P
203	UMAROTUN FAUZIAH	14119684	Dono arum	18	7	1996	P
204	UPIT MAWAR DANI	14119694	PURWODADI	18	6	1996	P
205	VERA OKTA SANTI	14119704	Ganjar Agung	26	10	1996	P
206	VICKY FARISKA	14119714	Banarjoyo	17	6	1996	P
207	WAHYU WICAKSONO	14119724					L
208	WIDYASARI	14119734	BRABASAN	3	2	1996	P
209	WINDA ASMARA PUTRI	14119744	TANJUNG REJO	20	2	1996	P
210	WINDRI LESTARI	14119754	BANGUN REJO	8	3	1996	P
211	YESI DWI APTIKA	14119764	Trimulyo	28	4	1996	P
212	YOPPI KUSUMAJATI	14119774	metro	18	5	1996	L
213	YOSI DEWANTARI	14119784	PUJOERTO	12	8	1995	P
214	YUDI PRASETYO	14119794	NAMBAHREJO	26	3	1996	L
215	YULIAN DWI SAPUTRA	14119804	RAWABENING	15	7	1995	L
216	YUNA ALFIA SARI	14119814	Tulang Bawang	16	9	1996	P
217	YUNI SELVIANA SARI	14119824	metro	14	6	1995	P
218	YUNIA DEBI SIANA	14119834	Metro	9	6	1997	P
219	YUSMANIA AISYAH	14119844	Bungkuk	10	7	1996	P
220	ZULVA YU`TIKA	14119854					P
221	AYU ANASTAVIA	14127714	METRO	27	7	1996	P

## DOKUMENTASI PENELITIAN









## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti di lahirkan di Kota Gajah Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah, pada tanggal 28 mei 1996. Anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak H.M.Masram dan Ibu Hj. Suprihatin.

Pada tahun 2001 peneliti masuk TK Bhayangkari 15 Baturaja. Kemudian peneliti melanjutkan ke Sekolah Dasar Negeri 11 Baturaja OKU diselesaikan pada tahun 2008. Lalu melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 02 Baturaja OKU yang diselesaikan pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan ke SMA PLUS Negeri 04 Baturaja OKU yang diselesaikan pada tahun 2014. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di STAIN Jurai Siwo Metro sebagai Mahasiswi Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Islam dimulai pada bulan Agustus 2014 dan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di IAIN Metro.