

**MOTIVASI KONSUMEN MEMILIH PRODUK SOPHIE MARTIN
DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI DALAM ISLAM
(Studi Kasus Aktivistis Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia, Rayon
Raden Said Komisariat Sunan Ampel Kediri)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian persyaratan guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Disusun Oleh :

Fiqa Kusumawati (931305412)

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
JURUSAN SYARI'AH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) KEDIRI**

2017

**MOTIVASI KONSUMEN MEMILIH PRODUK SOPHIE MARTIN
DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI DALAM ISLAM
(Studi Kasus Aktivis Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia, Rayon
Raden Said Komisariat Sunan Ampel Kediri)**

FIQA KUSUMAWATI
NIM. 9.313.054.12

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Andriani, SE. MM.

NIP. 19730113 200312 2 001

Amrul Mutaqin, M. EI

NIP. 19760507 200801 1 013

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : PenyerahanSkripsi

Kediri, 20 Maret 2017

Kepada:
Yth. Bapak Ketua Sekolah
Tinggi Agama Islam Negeri
(STAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo
KEDIRI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersamaini kami kirimkan berkasskripsimahasiswa:

Nama : FIQA KUSUMAWATI

NIM : 9.313.054.12

Judul : **MOTIVASI KONSUMEN MEMILIH PRODUK SOPHIE MARTIN DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI DALAM ISLAM (Studi Kasus Aktivis Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia, Rayon Raden Said, Komisariat Sunan Ampel Kediri)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 13 Maret 2017, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Andriani, SE. MM.

NIP. 19730113 200312 2 001

Amrul Mutaqin, M. EI

NIP. 19760507 200801 1 013

**MOTIVASI KONSUMEN MEMILIH PRODUK SOPHIE MARTIN
DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI DALAM ISLAM
(Studi Kasus Aktivistis Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia, Rayon
Raden Said Komisariat Sunan Ampel Kediri)**

FIQA KUSUMAWATI

NIM. 9313.054. 12

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)
Kediri Pada Tanggal 13 Maret 2017

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Khamim, M.Ag (.....)
NIP. 19640624 200212 1 001
2. Pembimbing I
Dr. Andriani, SE. MM. (.....)
NIP. 19730113 200312 2 001
3. Pembimbing II
Amrul Mutaqin, M.El. (.....)
NIP. 19760507200801 1 013

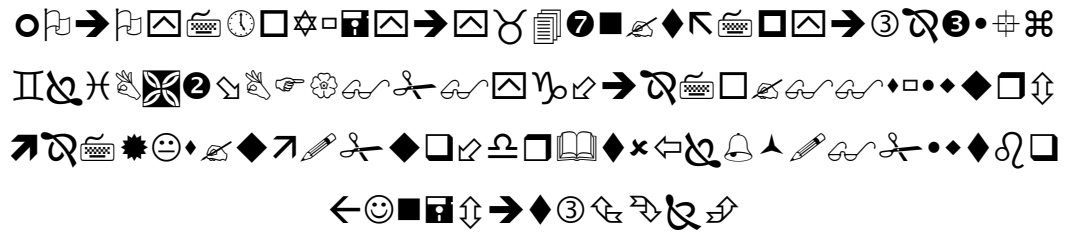
Kediri, 20 Maret 2017

Ketua STAIN Kediri

Dr. NUR CHAMID,MM

NIP. 19680714 199703 1 002

MOTTO



Kemudian Kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), Maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui. (QS. Al-Jaatsiyah: 18)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan terutama untuk Bapak yang dengan penuh pengorbanan, kerja keras dan kesabarannya membimbing, mengarahkan, dan mengajarkan untuk menjadi insan yang baik dan mulia. Kemudian bagi ibu, persembahan ini saya haturkan sebagai setitik balas jasa dari samudra kasih sayangnya, dan ucapan terimakasih atas semangat dan airmatanya untuk bisa memberikan yang terbaik. Serta bagi kakak-kakakku dan adikku yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan semangat untuk terus memperbaiki diri dan belajar dari kesalahan.

ABSTRAK

FIQA KUSUMAWATI, Dosen Pembimbing Dr. ANDRIANI SE, MM., dan AMRUL MUTAQIN, MEL.: Motivasi Konsumen Memilih Produk Sophie Martin Ditinjau dari Prinsip Konsumsi dalam Islam (Studi Kasus Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia, Komisariat Sunan Ampel Kediri), Ekonomi Syariah, Syariah, STAIN Kediri, 2013.

Kata Kunci: Motivasi Konsumen, Konsumsi dalam Islam

Abraham Maslow, menjelaskan bahwa kebutuhan manusia itu berjenjang. Jenjang kebutuhan tersebut tersusun dalam lima hierarki kebutuhan, yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman dan nyaman, sosial dan rasa cinta, harga diri, serta aktualisasi diri. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, Lukman Hakim menerangkan beberapa prinsip yang harus diperhatikan, yaitu prinsip syariah memperhatikan tujuan konsumsi, kaidah ilmiah, dan bentuk konsumsi. Kemudian prinsip kuantitas memperhatikan kesederhanaan, tidak bermewah-mewahan (berlebihan).

Organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) merupakan organisasi mahasiswa terbesar di wilayah Kediri. Total keseluruhan anggota PMII cabang Kediri, kampus STAIN Kediri memiliki 50% kader, IAIT memiliki 25% kader, UNISKA 15% kader, dan UNP 10% kader

Shopie Martin adalah perusahaan yang mendistribusikan pakaian, aksesoris mode, tas, dan kosmetik dengan metode penjualan langsung. Shopie Martin bagi 50% dari total 196 warga PMII Rayon Raden Sa'id Komisariat Sunan Ampel Kediri, merupakan merek produk yang mahal. Namun sebaliknya, bagi 50% lainnya beranggapan bahwa merek Sophie Martin murah. Meskipun demikian, 98% dari mereka menggunakan merek produk Sophie Martin.

Fokus Penelitian adalah: 1. Apa motivasi konsumen memilih produk Shopie Martin? 2. Bagaimana tinjauan prinsip konsumsi dalam Islam terhadap motivasi konsumen memilih produk Shopie Martin? Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Sumber data diperoleh dari warga PMII Rayon Raden Said, serta data tambahan berupa dokumen. Analisis dilakukan dengan cara reduksi data atau penyederhanaannya, paparan atau sajian, dan penarikan kesimpulan. Tahap akhir data analisis data ini merupakan pengecekan keabsahan data menggunakan beberapa teknik, yaitu: perpanjangan keikutsertaan peneliti, ketekunan pengamatan, dan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi dari sudut pandang konsumen yang digunakan para aktivis PMII Rayon Raden Said adalah motivasi rasional. Sedangkan motivasi berdasarkan kebutuhan yang dirasakan sebagian besar aktivis sudah pada kebutuhan rasa aman dan nyaman, serta sebagian kecil lainnya sudah pada kebutuhan sosial dan rasa cinta. Kemudian jika ditinjau dengan prinsip syariah berupa tujuan konsumsi, kaidah ilmiah, dan bentuk konsumsi dalam Islam, maka perilaku sebagian besar aktivis sudah menerapkan

prinsip tersebut. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh perilaku sebagian besar aktivis pada tinjauan perilaku tidak bermewah-mewahan dalam prinsip kuantitas konsumsi Islam.

KATA PENGANTAR

Puja Puji Syukur kedirat Allah Swt, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, telah terselesaikan penyusunan skripsi ini sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan program sarjana. Seiring dengan itu, sholawat serta salam senantiasa ditujukan kepada nabi Muhammad saw dan keluarganya, yang telah membawa umat dari kegelapan hingga ajaran Islam yang sempurna.

Kesuksesan ini dapat diperoleh, karena dukungan dari beberapa pihak. Oleh karenanya, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Nur Chamid, MM selaku Rektor (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri) STAIN Kediri.
2. Dr. Imam Annas Mushlih, M.HI selaku Ketua Jurusan Syariah
3. Dr. Ahmad Syukur, M.EI selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah
4. Dr. Andriani, SE, MM selaku Wali Studi sekaligus Dosen Pembimbing I, yang penuh kesabaran membimbing dari awal perkuliahan, sampai penyusunan karya skripsi ini.
5. Amrul Mutaqin, M.EI selaku Dosen Pembimbing II, yang telah dengan telaten membimbing dari awal penyusunan sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Syariah umumnya, dan Program Studi Ekonomi Syariah khususnya, yang telah senantiasa membagi ilmunya selama masa perkuliahan.
7. Ahmad Rifqi Aldiansyah selaku ketua Rayon Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Raden Said, Komisariat Sunan Ampel, Kediri, yang telah

memberikan izin penelitian dan observasi kepada para pengurus beserta kadernya.

8. Bapak, Ibu, Kakak-kakakku, dan adikku, yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun materil.
9. Empat sahabatku, Alvin Naila, Fedria Candra, dan Luluk Indra, yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk segera menyelesaikan program sarjana S1 Ekonomi Syariah.
10. Seluruh teman-temanku Program Studi Ekonomi Syariah kelas B yang selama masa perkuliahan dan semoga seterusnya memberikan motivasi, bantuan, dukungan dan kerjasamanya.
11. Seluruh Sahabat-sahabati Rayon Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Raden Said, Komisariat Sunan Ampel, Kediri angkatan kepengurusan ke X, yang telah memberikan semangat dan senantiasa berbagi ilmu baik yang bersifat akademik maupun non-akademik.
12. Semua pihak yang ikut serta menyumbangkan tenaga, waktu, dan fikirannya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang belum bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu, keluarga, dan sahabat-sahabat, juga teman-teman berikan, mendapat balasan yang sebaik-baiknya dari Allah Swt.

Kediri, 1 Maret 2017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Telaah Pustaka	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumen	
1. Pengertian Perilaku Konsumen	7

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
3. Motivasi	13
4. Keputusan Pembelian	21
B. Shopie Martin	
1. Sejarah Shopie Martin	22
2. Produk Shopie Martin	24
3. Strategi Pemasaran Shopie Martin	25
C. Prinsip Konsumsi dalam Islam	
1. Definisi Konsumsi dalam Islam.....	26
2. Prinsip Konsumsi dalam Islam.....	28
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Sumber Data.....	34
D. Pengumpulan Data.....	35
E. Analisis Data.....	37
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	38
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	40
BAB IV: HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Sejarah Berdirinya PMII di Indonesia.....	42
2. Sejarah Berdirinya PMII Cabang Kediri.....	47
3. Sejarah Berdirinya PMII Rayon Raden Said	48
4. Susunan Pengurus PMII Rayon Raden Said	51

5. Letak Geografis.....	52
6. Asas dan Sifat.....	53
7. Tujuan.....	53
8. Usaha.....	54
B. Paparan Data	54
C. Temuan Penelitian.....	57
 BAB V : PEMBAHASAN	
A. Motivasi Konsumen dalam Memilih Produk Shopie Martin	59
B. Tinjauan Prinsip Konsumsi dalam Islam Terhadap Motivasi Konsumen dalam Memilih Produk Shopie Martin.....	61
 BAB VI: PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Produk Shopie Martin	24
Gambar 2.2. Klasifikasi Harga Shopie Martin	25

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Lingkaran Motivasi	16
Bagan 2.2. Skema Alur Keputusan Pembelian	21
Bagan 4.1. Struktur Kepengurusan Rayon Raden Said	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Konsultasi Skripsi	129
Lampiran 2. Surat Persetujuan Observasi	132
Lampiran 3. Pedoman Wawancara.....	134