

Analisis Perilaku Konsumen dalam Berbelanja di Suzuya Kota Langsa (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)

Rita Amelia¹, Abdul Hamid², Mastura³

¹IAIN Langsa, Ameliarita777@gmail.com

²IAIN Langsa, hamidzck@gmail.com

³IAIN Langsa, mastura@iainlangsa.ac.id

ABSTRACT

Consumer behavior with one another must be different because the needs and tastes of consumers are diverse. Competitors are required to be able to learn and understand these conditions, given the increasingly competitive market competition, one of them is Suzuya Langsa City. The purpose of this study are: what are factors influence consumer behavior in shopping in Suzuya Langsa City and how the Islamic economic perspective on consumer behavior in shopping in Suzuya Langsa City. The research method used in this study is a descriptive qualitative approach and data collected in the form of interviews. The sample in this study amounted to 10 respondents. Data analysis tools used are data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of this study are the factors that influence consumer behavior in shopping at Langsa City Suzuya are cultural, social, personal and psychological factors, which include the completeness and variety of products sold, discounts that are often held by the City Langsa Suzuya, good service and friendly, as well as standard and affordable prices, according to the products offered. The Islamic economic perspective on consumer behavior in shopping at Lzu City Suzuya is in accordance with the 5 principles of consumption in Islam which include the principles of justice, cleanliness, simplicity, generosity and morality. Consumers shop on the basis of their needs and wants, but many consumers shop on the basis of their needs. The halalness of a product is the most important thing that must be considered by consumers before buying goods

Keywords: *Consumer Behavior, Shopping, Islamic Economic Perspective*

ABSTRAK

Perilaku konsumen yang satu dengan konsumen lainnya pastilah berbeda karena kebutuhan dan selera konsumen yang beragam. Para pesaing dituntut harus dapat mempelajari dan memahami kondisi tersebut, mengingat persaingan pasar yang semakin kompetitif, salah satunya adalah Suzuya Kota Langsa. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa dan bagaimana perspektif ekonomi Islam tentang perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dan data yang dikumpulkan berupa wawancara. Sampel pada penelitian ini berjumlah 10 responden. Alat analisis data yang digunakan adalah reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi, yakni meliputi kelengkapan dan variasi produk yang dijual, diskon yang sering diadakan oleh pihak Suzuya Kota Langsa, pelayanan yang bagus dan ramah, serta harga yang standar dan terjangkau, sesuai dengan produk yang ditawarkan. Perspektif ekonomi Islam tentang perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa yaitu sesuai dengan 5 prinsip konsumsi dalam Islam yang meliputi prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, murah hati dan moralitas. Para konsumen berbelanja atas dasar kebutuhan dan keinginan, namun banyak konsumen yang berbelanja atas

dasar kebutuhan mereka. Kehalalan suatu produk adalah hal yang paling utama yang harus diperhatikan oleh para konsumen sebelum membeli barang.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Berbelanja, Perspektif Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Proses perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis (perusahaan) dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang sangat dinamis. Hal utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan agar maju dan berkembang dalam persaingan bisnis yaitu berupaya menciptakan strategi perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan (Jatmiko, 2004)

Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Sikap seseorang terhadap suatu objek sering kali muncul dalam konteks situasi. Artinya, situasi akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu objek. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memasukan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan sebuah fenomena yang unik untuk dipelajari dan diamati. Perilaku konsumen dapat dikatakan adalah muara dari berbagai teori ekonomi, karena semua kegiatan ekonomi akan berkaitan dan berakhir kepada sikap atau perilaku konsumen (Kotler dan Keller, 2009)

Salah satu bisnis di Indonesia yang semakin berkembang pesat yaitu pusat perbelanjaan Suzuya. Suzuya merupakan jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia, terutama di Sumatera Utara, Aceh, Sumatera Barat dan Riau. Suzuya umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Suzuya berawal dari kata "Suzuya", berasal dari bahasa jepang yang artinya "kayu gemerincing". Awal tahun berdirinya pada tahun 1983 dengan kios kecil seluas 77,5 m² dengan nama "Suzuya Boutique". Seiring berjalannya waktu, kios yang awalnya hanya seluas 77,5 m², mulai berkembang menjadi 180 m² dengan nama "Suzuya Fashion". Namun pada saat ini, pusat perbelanjaan Suzuya telah berganti nama menjadi "Suzuya Group" (www.suzuyagroup.com).

Berdasarkan hasil observasi yang penulis dapatkan bahwa dalam menentukan tempat belanja faktor harga murah mungkin menjadi salah satu faktor penting, tetapi faktor pelayanan, kenyamanan, keamanan dan lokasi juga menjadi nilai penting dalam menentukan tempat belanja. Dari sekian banyak tempat belanja di Kota Langsa, Suzuya adalah salah satu tempat berbelanja yang memberikan fasilitas-fasilitas yang dianggap dapat memenuhi kriteria konsumen. Konsumen seharusnya membeli sesuatu atas dasar kebutuhan mereka, namun nyatanya apabila Suzuya di Kota Langsa mengadakan harga promosi maka mereka tidak berpikir panjang untuk memutuskan membeli produk tersebut walaupun mereka tidak terlalu membutuhkannya. Di sisi lain, Suzuya di Kota Langsa juga menjual produk khususnya buah-buahan dengan harga yang lebih mahal dari toko buah lainnya, namun konsumen tetap lebih memilih membeli buah-buahan di Suzuya.

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumen

Konsumen juga dapat diartikan sebagai setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Suryani, 2003) Sedangkan menurut menurut Nasution, konsumen dapat diartikan sebagai orang-orang yang mendapatkan barang atau jasa yang mereka gunakan untuk suatu tujuan tertentu (Nasution, 2011)

Perilaku konsumsi adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini (Setiadi, 2003). Perilaku konsumsi juga dapat dikatakan sebagai studi tentang bagaimana pembuatan keputusan baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya (Prasetijo dan Lhalauw, 2004).

Konsumsi Dalam Islam

Konsumsi merupakan suatu hal yang niscaya dalam kehidupan manusia, karena ia membutuhkan berbagai konsumsi untuk dapat mempertahankan hidupnya. Secara sederhana, konsumsi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung. Konsumsi juga diartikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (Rosyidi, 2000).

Prinsip Perilaku dan Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Suprayitno (2005), dalam ekonomi Islam mengonsumsi dikendalikan oleh 5 prinsip dasar, yaitu sebagai berikut:

1. Prinsip Keadilan
2. Prinsip Kebersihan
3. Prinsip Kesederhanaan
4. Prinsip Murah Hati
5. Prinsip Moralitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data lapangan yang berkaitan dengan judul penelitian (Nazir, 2011). Sesuai dengan sifat dan karakternya permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini menggunakan bentuk penelitian *kualitatif deskriptif* yaitu suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan, menjelaskan, memaparkan, dan menggambarkan secara sistematis serta akurat mengenai fakta-fakta tentang objek yang diteliti (Satori, 2011). Penelitian ini dilakukan di Suzuya Kota Langsa. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari awal bulan Februari 2020 sampai dengan bulan Agustus 2020.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Suzuya Kota Langsa. Teknik pengambilan sampel yang dalam penelitian ini dilakukan secara "*accidental sampling*" yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di tempat penelitian dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai data (Ginting dan Situmorang, 2008). Dalam penelitian ini, sampel yang ditentukan berjumlah 10 responden yang merupakan konsumen ataupun orang yang berbelanja di Suzuya Kota Langsa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan adalah reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini yang menjadi kriteria responden adalah konsumen ataupun orang yang berbelanja di Suzuya Kota Langsa. Adapun rincian karakteristik responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kriteria	Jumlah
Jenis Kelamin	
1. Laki-laki	2
2. Perempuan	8
Usia	
1. <17 Tahun	1
2. 17-24 Tahun	7
3. 25-30 Tahun	2
4. >30 Tahun	0
Berbelanja di Suzuya	
1. 1-3 kali	1
2. 4-6 kali	3
3. >7 kali	6

Sumber: Data Primer (2020)

Tanggapan Responden Terhadap Suzuya

1. Nama: Halimah
 - a. Menurut saya, berbelanja di Suzuya Kota Langsa sangat aman, nyaman dan lebih praktis.
 - b. Produk yang ditawarkan di Suzuya Kota Langsa sangat beragam, mulai dari makanan, minuman sampai dengan pakaian. Semua kebutuhan sehari-hari tersedia di tempat tersebut.
 - c. Saya suka dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Suzuya Kota Langsa, karena menurut saya karyawannya ramah dan sopan.
 - d. Harga yang ditawarkan termasuk standar dan masih terjangkau.
 - e. Saya lumayan sering berbelanja di sini, karena saya dapat membeli kebutuhan sehari-hari saya dengan mudah.
 - f. Saya berbelanja di Suzuya Kota Langsa atas dasar kebutuhan. Jadi apapun yang saya butuhkan pasti akan saya beli. Kehalalan suatu produk juga menjadi sesuatu utama yang harus saya perhatikan dalam berbelanja. Apalagi kita umat Islam, pastinya dianjurkan mengonsumsi barang-barang halal. Di Suzuya Kota Langsa ini

semua barangnya Alhamdulillah halal, jadi saya tidak perlu khawatir dengan kehalalan produk yang ada di sini.

2. Nama: Eva

- a. Menurut saya, berbelanja di Suzuya Kota Langsa sangat nyaman.
- b. Produk yang ditawarkan banyak jenisnya, seperti buah-buahan, minuman, roti, baju, dan masih banyak lagi. Banyak pilihannya.
- c. Saya suka dengan pelayanan di Suzuya Kota Langsa, karyawannya ramah-ramah.
- d. Kalau masalah harga, tergantung barangnya. Ada yang murah, ada juga yang mahal tapi masih terjangkau buat saya.
- e. Sering, karena lebih mudah dan banyak pilihan barangnya di sini. Jadi saya bisa membeli kebutuhan saya.
- f. Saya berbelanja pastinya atas dasar apa yang saya butuhkan, karena sudah pasti saya gunakan. Dalam berbelanja juga saya memperhatikan label halalnya, karena hal tersebut adalah hal yang utama bagi saya dalam memilih suatu barang.

3. Nama: Adrian

- a. Belanja di Suzuya Kota Langsa bagi saya nyaman, pilihan barangnya banyak.
- b. Produk yang dijual banyak pilihannya, sudah bisa dikatakan lengkap untuk barang yang dibutuhkan sehari-hari.
- c. Suka, karena karyawannya sopan dan ramah.
- d. Harga yang ditawarkan menurut saya murah dan terkadang juga banyak diskonnya.
- e. Lumayan sering, karena saya dengan mudah dapat menemukan barang yang saya butuhkan untuk keseharian saya.
- f. Dalam berbelanja pastinya saya lihat dulu label halalnya agar kita yang mengonsumsinya juga aman dan tidak perlu khawatir. Saya berbelanja pastinya atas dasar apa yang saya butuhkan, tidak ada kriteria tertentu dalam berbelanja.

4. Nama: Nadia

- a. Menurut saya, berbelanja di Suzuya Kota Langsa lebih praktis dari pada di tempat lain, karena tempatnya rapi, bersih sehingga saya nyaman dalam berbelanja.

- b. Produk yang dijual lengkap, semua kebutuhan saya ada di tempat ini. Jadi saya tidak perlu khawatir jika produk yang saya cari tidak ada, karena di sini lengkap dan lebu banyak pilihannya.
- c. Saya suka dengan pelayanan yang di berikan oleh Suzuya Kota Langsa, karena karyawannya ramah, sopan dan jika kita tidak menemukan barang yang kita cari, mereka dengan sigap membantu kita.
- d. Kalau masalah harga pastinya tergantung barangnya, ada yang murah, ada juga mahal. Tapi bagi saya standar sih, karena masih terjangkau. Dan di sini juga sering menawarkan harga diskon.
- e. Saya sering berbelanja di sini karena saran juga dari teman saya.
- f. Dalam berbelanja tentu saya kalau beli barang atas dasar kebutuhan, karena apa yang saya butuhkan pastinya akan saya gunakan. Kalau atas dasar keinginan sih jarang, karena kalau saya berbelanja atas dasar keinginan, barang yang saya beli belum tentu akan saya gunakan dan menjadi kebutuhan saya.

5. Nama: Fatimah

- a. Berbelanja di Suzuya Kota Langsa ya sama seperti belanja di tempat lain, namun yang membedakan hanya di sini pilihannya lebih banyak.
- b. Produknya lengkap, banyak pilihannya, mulai dari makanan, minuman, buah-buahan, sampai dengan pakaian anak-anak dan dewasa.
- c. Suka, karyawannya baik, ramah dan sopan dalam melayani pembeli.
- d. Harganya standar, sama saja seperti mini market lainnya.
- e. Tidak terlalu sering, karena kalau kebetulan lewat terus ada yang mau saya beli, baru saya belanja di sini. Kalau untuk khusus belanja di sini, tidak juga karena jarak tempat tinggal saya dengan Suzuya Kota Langsa lumayan jauh. Dan terkadang juga saran dari teman dekat saya.
- f. Pastinya kalau beli barang saya liat label halalnya, liat tanggal kadaluarsanya agar kita yang mengonsumsinya pun aman dan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan. Saya juga beli barang pastinya atas dasar kebutuhan saya.

6. Nama: Fauziah

- a. Menurut saya belanja di sini nyaman karena tempatnya bersih, rapi dan lebih praktis.
- b. Produknya lumayan lengkap dari pada tempat lain.
- c. Suka, tapi terkadang masih ada karyawan yang kurang dalam melayani pembeli.
- d. Kalau harganya standar, tergantung barang apa yang mau dibeli.
- e. Lumayan sering, karena terkadang barang yang saya mau beli tersedia di tempat ini, kalau di tempat lain kadang ada kadang tidak ada dan juga saran dari keluarga.
- f. Pasti saya berbelanja atas dasar kebutuhan, karena sudah pasti saya pakai barangnya.

7. Nama: Giran

- a. Sama saja seperti belanja di supermarket lain, tapi di sini tempatnya lebih luas, lebih banyak barang-barang yang dijual.
- b. Produknya sudah pasti lengkap dan banyak pilihannya.
- c. Suka, karena banyak pilihan barangnya.
- d. Harganya standar, kadang ada juga yang lebih murah di sini dari pada di tempat lain.
- e. Lumayan sering, karena di sini tidak hanya menjual makanan dan minuman, tapi ada juga pakaian, sandal, sepatu, dan masih banyak lagi.
- f. Pasti yang paling utama itu karena kebutuhan. Tapi terkadang keinginan bisa juga, tergantung barangnya juga. Misalkan pakaian, saya pengen beli, ya sudah saya beli.

8. Nama: Diana

- a. Berbelanja di sini tempatnya nyaman, bersih, luas dan lebih mudah menurut saya.
- b. Produknya bermacam-macam, banyak produk yang hanya dijual di sini dan di tempat lain belum tentu ada.
- c. Suka, karyawannya ramah dan sopan.
- d. Harganya masih bisa terjangkau menurut saya dan di sini juga sering ada harga diskon. Jadi hitung-hitung bisa menghemat budget belanja.
- e. Sering, bahkan saya kalau berbelanja kebutuhan rumah sering di sini. Jarak dari rumah saya ke sini dekat dan barang-barangnya juga lengkap.

- f. Pastinya atas dasar kebutuhan, karena kebutuhan itu memang sesuatu yang pasti kita perlukan dan kita pakai. Kalau saya berbelanja tidak ada kriteria harus ini harus itu, yang penting halal dan itu memang kebutuhan saya, ya saya beli.

9. Nama: Putri

- a. Berbelanja di Suzuya Kota Langsa pastinya nyaman, karena tempatnya bagus, bersih dan penataan barangnya juga rapi sehingga kita dengan mudah menemukan barang yang kita cari.
- b. Pilihan produknya banyak dan bermacam-macam, jadi kita bisa pilih produk mana yang akan kita beli.
- c. Suka, karena karyawannya cepat tanggap dalam melayani pembeli kalau ada pembeli yang bertanya.
- d. Harga yang ditawarkan tergantung barangnya sih, ada yang mahal dan ada juga yang murah. Bisa dibilang standar harganya.
- e. Sering, karena saya suka belanja di sini. Lebih nyaman dan lebih menghemat waktu saya untuk belanja.
- f. Atas dasar kebutuhan, karena barang-barang yang saya beli pastinya akan saya gunakan. Kalau belum tentu saya gunakan pastinya saya akan berpikir untuk beli. Dalam berbelanja juga pastinya yang utama, untuk makanan dan minuman saya lihat label halal dan tanggal kadaluarsanya.

10. Nama: Darlia

- a. Menurut saya belanja di Suzuya Kota Langsa sangat nyaman, karena tempatnya bagus dan penataan barangnya cukup rapi. Jadi pembeli dengan mudah dapat menemukan barang yang mau dibeli.
- b. Produk yang ditawarkan cukup menarik, lengkap dan lebih banyak pilihannya.
- c. Suka, karena pelayanannya bagus dan sopan.
- d. Harganya masih terjangkau bagi saya, sering ada promo juga di sini.
- e. Sering, karena saya suka berbelanja di sini. Lokasinya strategis, tempatnya nyaman dan barangnya lengkap.
- f. Saya berbelanja pastinya karena kebutuhan, agar apa yang saya beli pasti akan dipakai. Kalau berbelanja juga saya pasti perhatikan label halalnya, apalagi inikan di

Aceh, pastinya apa yang dijual harus barang-barang yang halal apalagi barang yang untuk dikonsumsi, seperti makanan dan minuman.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Berbelanja di Suzuya Kota Langsa

Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut (Shiffman dan Kanuk, 2008)

Perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut. Salah satu yang menjadi faktor perilaku konsumen dalam berbelanja adalah faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan merupakan sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol, contohnya seperti kebiasaan mendengar tentang produk dan penilaian terhadap suatu produk (Anoraga, 2007)

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh konsumen Suzuya Kota Langsa, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi, yakni meliputi kelengkapan dan variasi produk yang dijual, diskon yang sering diadakan oleh pihak Suzuya Kota Langsa, pelayanan yang bagus dan ramah, serta harga yang standar dan terjangkau, sesuai dengan produk yang ditawarkan.

Perspektif Ekonomi Islam Tentang Perilaku Konsumen dalam Berbelanja di Suzuya Kota Langsa

Islam telah menyediakan suatu sistem ekonomi yang meniscayakan penggunaan sumber-sumber daya yang diberikan Allah SWT untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok umat manusia dan memberikan kepada manusia kehidupan yang baik lebih dari itu sistem ekonomi Islam bukan hanya berlandaskan pada nilai-nilai ketuhanan dan moral, tetapi juga berlandaskan pada prinsip kemanusiaan (Rosyid, 2015)

Perspektif ekonomi Islam tentang perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa tidak hanya berdasarkan kehalalan suatu produk, akan tetapi juga dapat melainkan atas dasar kebutuhan konsumen. Dalam Islam dianjurkan hendaklah kita berbelanja sesuai dengan kebutuhan dan kehalalan seperti yang ada di dalam prinsip keadilan. Prinsip keadilan ini dapat diartikan bahwa dalam mengkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman, masih berada dalam koridor aturan agama atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kebaikan (*halalan toyyiban*).

Berdasarkan hasil wawancara responden, maka dapat disimpulkan bahwa perspektif ekonomi Islam tentang perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa yaitu sesuai dengan 5 prinsip konsumsi dalam Islam yang meliputi prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, murah hati dan moralitas. Para konsumen berbelanja atas dasar kebutuhan dan keinginan, namun banyak konsumen yang berbelanja atas dasar kebutuhan mereka. Mereka beranggapan bahwa apa yang mereka butuhkan pasti akan mereka gunakan dan apa yang mereka butuhkan belum tentu akan mereka gunakan. Konsumen tidak memiliki kriteria tertentu dalam berbelanja. Kehalalan suatu produk adalah hal yang paling utama yang harus diperhatikan oleh para konsumen sebelum membeli barang yang mereka butuhkan karena dalam ajaran agama Islam, sebagai umat muslim tentunya kita dianjurkan untuk mengonsumsi ataupun menggunakan barang yang sudah jelas kehalalannya agar kita terbebas dari apa-apa saja yang akan menjadi kemudharatan bagi kita nantinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa adalah kelengkapan dan variasi produk yang dijual, diskon yang sering diadakan oleh pihak Suzuya Kota Langsa, pelayanan yang bagus dan ramah, serta harga yang standar dan terjangkau, sesuai dengan produk yang ditawarkan.
2. Perspektif ekonomi Islam tentang perilaku konsumen dalam berbelanja di Suzuya Kota Langsa yaitu para konsumen berbelanja atas dasar kebutuhan dan keinginan, namun banyak konsumen yang berbelanja atas dasar kebutuhan mereka. Mereka beranggapan bahwa apa yang mereka butuhkan pasti akan mereka gunakan dan apa yang mereka butuhkan belum tentu akan mereka gunakan. Konsumen tidak memiliki kriteria tertentu

dalam berbelanja. Kehalalan suatu produk adalah hal yang paling utama yang harus diperhatikan oleh para konsumen sebelum membeli barang yang mereka butuhkan karena dalam ajaran agama Islam, sebagai umat muslim tentunya kita dianjurkan untuk mengonsumsi ataupun menggunakan barang yang sudah jelas kehalalannya agar kita terbebas dari apa-apa saja yang akan menjadi kemudharatan bagi kita nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. (2007). *Pengantar Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga edisi Ketiga Belas*, Terjemahan Bob Sabran, MM., Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nasution, Azis. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Diadit Media.
- Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Lhalauw. (2004). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- RD, Jatmiko. (2004). *Pengantar Bisnis*. Malang : UMM Press.
- Rosyid, Maskur. (2015). "Dimensi Kemanusiaan Dalam Sistem Ekonomi Islam", *KHAZANAH, Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, Vol 3, No, 1.
- Rosyidi, Suherman. (2000). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, Leondan dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Suprayitno, Eko. (2005). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. (2003). *Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- www.suzuyagroup.com