

**PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK TIDAK BERLABEL BADAN PENGAWAS
OBAT DAN MAKANAN**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (SM) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Diajukan oleh

MASNIATI
19 0403 0072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK TIDAK BERLABEL BADAN PENGAWAS
OBAT DAN MAKANAN**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (SM) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Diajukan oleh

MASNIATI
19 0403 0072

Pembimbing:

NURDIN BATJO, S.Pt., M.M., M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan di bawa ini :

Nama : Masniati
NIM : 19 0403 0072
Fakulta : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi Stud : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 05 Maret 2023

Yang Membuat Pernyataan



METERAI
TEMPEL
10000
EBA4BA0X413742148

Masniati
NIM 19 0403 0072

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik tidak Berlabel Badan Pengawas Obat Dan Makanan yang ditulis oleh Masniati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0072, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 09 Maret 2023 Miladiyah bertepatan dengan 16 Sya'ban 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 06 April 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Fasiha, S.EI., M.El. | Penguji I | () |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Takdir, S.H., M.H.
NIP. 19790724 200312 1 000

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Muhammad Jabani, S.P., M.M.
NIM. 190104 200501 2 003

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا

وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ

أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pengawas Obat dan Makanan” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, kepada para keluarga, sahabat dan serta para pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana Manajemen dalam program studi Manajemen Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tuaku tercinta Almarhum Ayahanda Turusi dan Ibunda jari yang senantiasa memanjatkan doa untuk keselamatan dan kesuksesan dunia dan akhirat untuk putrinya, memberi cinta, kasih sayang serta

dukungan dalam keadaan apapun selama ini. Terima kasih juga untuk saudara saudari dan juga teman-teman serta keluarga besar peneliti yang selama ini telah membantu dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah swt mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor , beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Bapak Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Dr. Muhaemin, M.A.
2. Alm. Ibu Dr. Hj. Ramlah M, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam periode 2015-2019 dan periode 2019-2022.
3. Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Tajuddin, S.E, M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Bapak Ilham, S.Ag., M.A.
4. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Ibu Muzayyanah Jabbani, ST., M.M. dan Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Bapak Nurdin Batjo, S.Pt., M.Si., M.M. dan sekaligus selaku pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan kepada peneliti dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

5. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi dan semangat kepada peneliti selama melaksanakan perkuliahan di dan khususnya pada saat menyusun skripsi ini.
6. Dewan Penguji, penguji I Dr. Fasiha, M.EI dan penguji II Bapak Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. yang telah banyak memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf pegawai yang telah mendidik penulis selama berada di dan memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan, beserta Karyawan/i dalam ruang lingkup yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Penasehat akademik Manajemen Bisnis Syariah B angkatan 2019, Bapak Dr.Adzan Noor Bakri SE., Sy., MA., Ek
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi manajemen Bisnis syariah Angkatan 2019 (Khususnya kelas MBS B) yang selama ini memberikan motivasi dan bersedia membantu serta memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
11. Kepada sahabat-sahabatku Mustika, Miana, santi, Nurul Adelia, Lisda dan Azisah yang telah banyak memotivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Teman-teman posko KKN Desa Bungadidi yang sudah membantu,

menyemangati, serta mendukung dalam penyusunan skripsi ini, dan teman-teman seperjuangan lintas prodi yang tidak bisa kusebutkan namanya satu persatu yang sudah sangat banyak membantu serta memberikan dukungannya. Semogah setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, dan kerjasama yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan disisi Allah SWT.

Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan namun dapat dilewati dengan baik. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, kesalahan serta masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti senantiasa terbuka untuk menerima saran dan kritikan yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan penyempurnaan skripsi dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi Allah swt. Aamiin Ya Rabbal 'Alamin....
Aamiin.

Palopo, 05 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



Masniati

19 0403 0072

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof

ي	Ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

1. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Table 0.2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

2. Vokal angkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tabel 0.3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
 هَوَّلَ : *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel.0.4 Transliterasi Maddah

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... آ... إ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
كسرة	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
و...	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*
 رَمَى : *rāmā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
 الْحِكْمَةُ

: *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا
نَجِّينَا
الْحَقِّ
نُعَمِّ
عَدُوِّ

: *rabbanā*

: *najjainā*

: *al-haqq*

: *nu'ima*

: *'aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٍّ

: *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *A'ly*)

عَرَبِيٍّ

: *'Arabī* (bukan *A'rabiyy* atau *'Arabiy*)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (َ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata *al-Qur'an* (dari *al-Qur'ān*), *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila

kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ دِينَ اللَّهِ
dīnullāh billāh

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ
hum fī rahmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam traliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul

referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB	ix
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batas masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
B. Deskripsi Teori.....	9
1. Perilaku Konsumen	9
2. Keputusan pembelian	15
3. Kosmetik	18
4. BPOM.....	24
C. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28

B. Fokus Penelitian	28
C. Defenisi Istilah	28
D. Desain Penelitian.....	30
E. Data dan Sumber Data.....	31
F. Instrumen Penelitian.....	31
G. Teknik Pengumpulan Data.....	32
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	33
I. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	36
A. Deskripsi Data	36
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
2. Deskripsi Karakteristik Responden	37
B. Hasil Penelitian.....	39
C. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	84

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Baqarah/2: 168	10
Kutipan Ayat 2 Q.S Al-Furqan/25: 67	16



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Informan Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.2 Informan Berdasarkan Semester	39
Tabel 4.3 Informan Berdasarkan Angkatan	39
Tabel 4.4 Informan Berdasarkan kosmetik yang digunakan.....	40
Tabel 4.5.....	41
Tabel 4.6.....	41
Tabel 4.7.....	42
Tabel 4.8.....	42
Table 4.9.....	43
Tabel 4.10.....	44
Tabel 4.11.....	45
Tabel 4.12.....	45
Tabel 4.13.....	46
Tabel 4.14.....	47
Tabel 4.15.....	47
Tabel 4.16.....	48
Tabel 4.17.....	49
Tabel 4.18.....	49
Tabel 4.19.....	50
Tabel 4.20.....	51

Tabel 4.21.....52

Tabel 4.22.....52

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....26

Gambar 3.1 Desain Penelitian.....29



ABSTRAK

Masniati,2023."*Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pengawas Obat dan Makanan*". Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo.Dibimbing oleh Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si

Skripsi ini membahas tentang perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data digunakan pada penelitian ini adalah obsevasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM adalah faktor budaya, faktor sosial dengan sub-faktor kelompok acuan, faktor pribadi dengan sub-faktor usia dan tahap siklus hidup, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian pada produk kosmetik tidak berlabel BPOM, sedangkan faktor psikologis dengan sub-fakto rmotivasi,persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap dapat memengaruhi perilaku pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM.

Kata kunci: Perilaku konsumen, Keputusan pembelian Kosmetik tidak berlabel BPOM

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman yang semakin maju, kebutuhan masing-masing individu didalam berbagai aspek kehidupan juga semakin berkembang. Kosmetik sendiri sudah menjadi kebutuhan bagi berbagai kalangan khususnya kaum wanita . Kosmetik dapat membantu menunjang penampilan seseorang dan menaikkan kepercayaan diri. Kosmetik biasanya terdiri dari berbagai senyawa kimia yang dibuat dari bahan alami atau sintetis.¹ Permintaan kosmetik dan produk perawatan kulit terus menerus meningkat. Beragamnya kosmetik ini tentunya berpengaruh pada konsumen kosmetik. Setiap konsumen tentunya memiliki pertimbangan yang berbeda dalam memilih produk kosmetik, berdasarkan kebutuhan dan kepentingan masing-masing individu. Sebagai konsumen yang membeli suatu produk, juga memiliki hak atas produk yang akan dibeli.

Kosmetik dinilai memberikan banyak perubahan bagi kehidupan para konsumen dari segi penampilannya, sehingga keinginan konsumen yang semakin besar untuk terlihat lebih menarik menjadikan industri kosmetik berkembang pesat dimasa kini. Kosmetik datang dalam berbagai varietas, atau jenis, tergantung pada apa yang dikandungnya dan manfaat apa yang mereka berikan. Kosmetik dianggap memiliki dampak signifikan pada bagaimana orang melihat diri mereka sendiri dan menjalani hidup mereka. Industri kosmetik saat ini berkembang pesat

¹ Mutimmatul Widiarti, Sri Faidah and Sri Usodoningtyas, Sri Dwiyantri, “Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang Sri Windarti” 11 (2022): 123–30.

sebagai dampak dari meningkatnya keinginan konsumen untuk tampil lebih menarik. Bahan- bahan yang bermanfaat bagi kulit dan dapat mencerahkan kulit dengan cepat banyak terdapat pada kosmetik-kosmetik ternama. Untuk mendapatkan banyak uang, para pelaku bisnis memanfaatkan peluang usaha untuk menjual kosmetik yang diedarkan tanpa izin BPOM dan mengandung bahan berbahaya.

Platform belanja online Indonesia, Anda masih bisa dengan mudah menemukan beberapa produk berbahaya tersebut. Produk merek Tabitha misalnya, bisa dibeli mulai dari Rp 35.000 per item atau maksimal Rp 175.000 untuk seluruh set. Set lengkap ini termasuk krim siang dan malam, toner, sabun wajah, dan lainnya. Selain itu, produk berbahan dasar merkuri ini diklaim dapat mengatasi jerawat, kulit kering, gelap, dan penuaan dini di antara kondisi kulit lainnya. Ungkapan “mampu membuat wajah glowing” menjadi salah satu istilah yang ditonjolkan. Berdasarkan umpan balik pelanggan, banyak orang mengatakan bahwa produk berfungsi dengan baik, terlepas dari risikonya yang nyata.

Masih banyak orang, termasuk pengguna merkuri, yang beranggapan bahwa kulit putih adalah satu-satunya cara untuk mendapatkan kulit cantik dan sehat. Padahal merkuri dapat mengiritasi kulit, menimbulkan flek hitam, alergi, dan perubahan warna kulit. Selain itu, sebagian besar bahan tambang berpotensi merusak ginjal dan sistem saraf otak secara permanen. Merkuri dapat membahayakan ginjal dan menyebabkan muntah dan diare bila terkena dosis tinggi dalam waktu singkat. Selain itu, merkuri merupakan zat yang dapat menyebabkan kanker, sehingga harus dihindari dalam waktu singkat. Selain itu,

merkuri merupakan zat yang dapat menyebabkan kanker, sehingga harus dihindari.²

Tindakan memilih, membeli, menggunakan, dan mengonsumsi barang, jasa, konsep, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dikenal sebagai perilaku konsumen.³ Karena perilaku manusia, setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda untuk memuaskan keinginannya. Setiap orang memiliki cara pandang yang berbeda dan sedang mencari informasi mengenai produk yang akan dibeli berbeda-beda, memutuskan untuk membelinya, dan kemudian merespon produk yang digunakannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Tentunya kegiatan pencarian tidak hanya mencari barang yang dibutuhkan tetapi juga mencari informasi tentang barang yang diinginkan, sehingga ada hubungan yang jelas antara harga dan kualitas. Selain itu, konsumen harus mempertimbangkan keamanan produk dan efek jangka panjangnya sebelum melakukan pembelian.

Tahapan proses pengambilan keputusan seseorang di mana konsumen yakin untuk melakukan pembelian disebut sebagai keputusan pembelian. Karena keputusan pembelian sangat bervariasi dan dapat berubah dari waktu ke waktu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kosmetik. Setiap pelanggan akan memiliki serangkaian faktor unik mereka sendiri yang memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian. Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis semuanya berdampak

² Adi Wikanto, "Mengandung Merkuri, Ini Daftar Produk Kosmetik Berbahaya Tahun 2021 Menurut Badan POM," 2021, <https://kesehatan.kontan.co.id/news/mengandung-merkuri-ini-daftar-produk-kosmetik-berbahaya-tahun-2021-menurut-badan-pom>.

³ M.Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)*, Jurnal Agora, vol. 5 No., 2018.

pada perilaku konsumen dalam hal membeli barang atau jasa.⁴ Kebutuhan seorang wanita akan penampilan, termasuk penampilan wajah, merupakan hal yang paling utama. Produk kecantikan banyak digunakan oleh wanita untuk mempercantik penampilan.

Permintaan akan kosmetik akan semakin besar di kalangan masyarakat umum, khususnya di kalangan wanita. Mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah yang merasa perlu menjaga penampilan merupakan salah satu kelompok yang juga membutuhkan kosmetik. Peneliti menggunakan wawancara untuk melakukan pra-survei dengan mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah. Peneliti memilih mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah sebagai subjek penelitian karena diyakini Banyak dari mereka yang tetap menggunakan kosmetik yang tidak berlabel BPOM.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah, para mahasiswi tersebut mengungkapkan bahwa mereka pernah menggunakan kosmetik yang tidak berlabel BPOM dan membeli produk tersebut semata-mata karena keinginan untuk tampil lebih menarik dan untuk keuntungan mereka sendiri dan juga karena direkomendasikan dari teman-teman mereka. Status BPOM pada kosmetik tidak menjadi masalah bagi mereka karena mereka hanya melihat dari kualitas produknya dalam memberikan hasil yang lebih cepat dan memuaskan. Hal Ini menunjukkan bahwa pilihan berbeda dibuat oleh pelanggan saat melakukan pembelian. Beberapa orang membeli sesuatu atas rekomendasi teman, keluarga, atau rekan kerja. Selain itu,

⁴ Ema Nurzainul Hakimah Mahardika Putri Stevany, "Pengaruh Faktor Budaya Dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Nusantara PGRI Kediri)," 2022, 329–35.

ada pelanggan yang melakukan pembelian berdasarkan apa yang dapat mereka lihat dan rasakan.

Dari uraian yang telah dipaparkan di atas, mengantar peneliti untuk meneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik tidak Berlabel BPOM”.

B. Batas masalah

Untuk mencapai tujuan penelitian yang ingin dicapai, penerapan batasan masalah dimaksudkan untuk memungkinkan lingkungan yang lebih fokus untuk penelitian ini. Adapun batasan-batasan masalah dalam penelitian ini ialah: Bagaimana perilaku mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM oleh mahasiswi manajemen bisnis syariah?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah: Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM pada mahasiswi manajemen bisnis syariah

E. Manfaat penelitian

Peneliti sangat berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis, khususnya:

1. Bagi penulis,

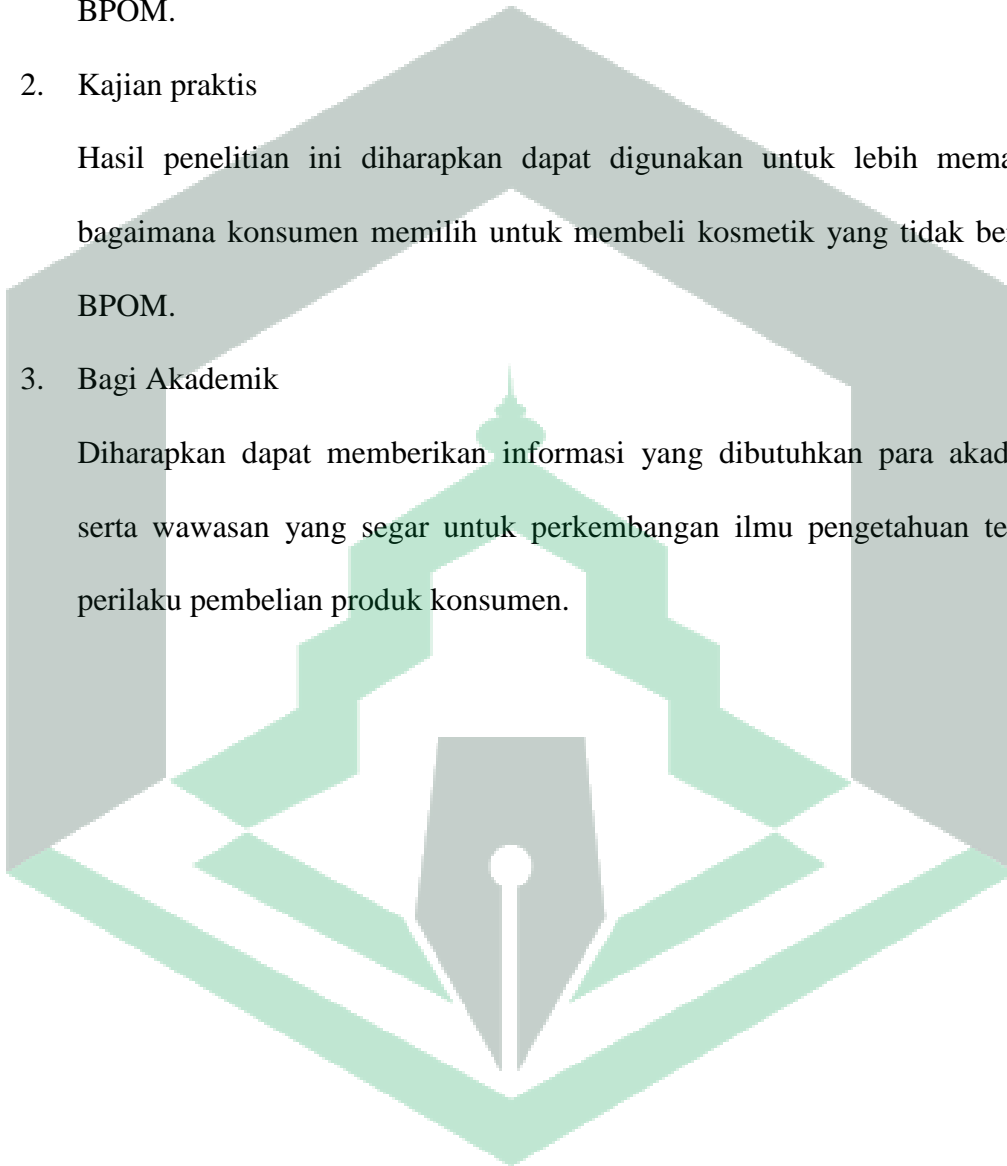
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi ilmiah dan memajukan pemahaman kita tentang preferensi konsumen terhadap kosmetik tanpa label BPOM.

2. Kajian praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk lebih memahami bagaimana konsumen memilih untuk membeli kosmetik yang tidak berlabel BPOM.

3. Bagi Akademik

Diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan para akademisi serta wawasan yang segar untuk perkembangan ilmu pengetahuan tentang perilaku pembelian produk konsumen.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebuah karya logis yang menyinggung penelitian sebelumnya tentang subjek serupa dikenal sebagai eksplorasi awal. Penjelasan penelitian sebelumnya tentang topik ini diberikan di bawah ini.

1. Penelitian dilakukan oleh Okatvia Ardilla Firdaus dengan judul *Analisis Perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM dalam perspektif Islam (Studi kasus pada ibu-ibu Arisan Desa Pelang Kidul Kabupaten Ngawi)*. Hasil penelitiannya yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku ibu-ibu arisan Desa Pelang Kabupaten Ngawi dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM ialah faktor sosial yang dimana kelompok referensi dan juga keluarga sebagai sub-faktor sosial yang dominan berpengaruh, faktor pribadi dan keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri yang mendominasi, sedangkan pada faktor psikologis seperti indikator motivasi, kepercayaan dan sikap sebagai sub-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ibu-ibu arisan Desa Pelang Kidul Ngawi dalam pembelian kosmetik tidak berlabel BPOM. Sedangkan dalam perspektif islam masih kurang dalam mengevaluasi produk dimana mereka hanya melihat hasil tanpa memperdulikan konsep halalan Thayyiban ketika membeli suatu produk. Persamaan penelitian ini adalah sama meneliti tentang perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM sedangkan perbedaannya adalah terdapat pada objek penelitian di mana

peneliti ini meneliti di Desa Pelang Kidul Kabupaten Ngawi sedangkan yang akan diteliti adalah mahasiswi manajemen bisnis syariah.⁵

2. Penelitian dilakukan oleh Nadiya Dwiana Putri, Nuriana Ayuningtyas, dan Neneng Siti Sifa Ambaewati, dengan judul penelitian *Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam membeli kosmetik perawatan wajah*. Hasil penelitian ini terdapat empat faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik perawatan wajah, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Persamaan penelitian ini adalah sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian ini di Jakarta sedangkan yang akan diteliti berlokasi di Institut Agama Islam Negeri Palopo pada mahasiswi manajemen bisnis syariah.⁶
3. Penelitian dilakukan oleh oleh Firmansyah Tonda and Tuwu Setya Ning Tyas Muh.Radittya Hanif F, dengan judul penelitian : *Literatur Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial dan Pribadi*. Hasil dari artikel literatur ini yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, dan faktor pribadi berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk. Persamaan penelitian ini adalah sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sedangkan perbedaannya terdapat objek penelitian ini suatu studi literature review dalam bidang manajemen

⁵ Oktavia Ardila Firdaus, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Bpom Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Arisan Desa Pelang Kidul Kabupaten Ngawi) Skripsi Oleh: Oktavia Ardila Firdaus," *Ekonomi, Jurusan Fakultas, Syariah Dan, Ekonomi Islam, Bisnis*, 2021.

⁶ Neneng Siti Silfi Ambarwati Nindya Dwiana Putri1, Nurina Ayuningtyas, "Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetik Perawatan Wajah.," no. September (2020).

sumber daya manusia sedangkan yang akan diteliti adalah Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Manajemen Bisnis Syariah yang menggunakan atau melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM.⁷

B. Deskripsi Teori

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Suatu aktivitas yang berdampak signifikan pada pembelian produk atau layanan dikenal sebagai perilaku konsumen. Faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian disebut sebagai "perilaku konsumen". Wajar jika seorang konsumen selalu mempertimbangkan barang yang akan dibeli terlebih dahulu saat mengambil keputusan pembelian. dimulai dengan biaya, kualitas, dan penggunaan produk, antara lain. Perilaku konsumen melibatkan mempertimbangkan, mengevaluasi, dan mengajukan pertanyaan tentang suatu produk sebelum melakukan pembelian. Proses pembelian, dimana konsumen mencari, meneliti, dan mengevaluasi produk, terkait erat dengan proses perilaku konsumen.⁸

Menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen merupakan studi cara individu, kelompok dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan, atau memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen adalah pemilihan, pembelian, penggunaan, dan

⁷ Firmansyah Tonda and Tuhu Setya Ning Tyas Muh.Raditty Hanif F, "Literatur Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan,Sosial Dan Pribadi.," *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2022): 509–19.

⁸ Meithiani Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Unitomo Press, vol. 7, 2019,https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf
http://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf
<https://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625>

pengalaman barang, jasa, ide, atau pengalaman oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.⁹ Studi tentang motivasi di balik pembelian barang dan jasa oleh orang adalah subjek perilaku konsumen, subbidang ilmu sosial. Studi tentang perilaku konsumen berfokus pada pemilihan, pembelian, penggunaan, atau pembuangan produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu atau kelompok.¹⁰

Hanya makanan dan minuman yang halal dan thayyib yang diperbolehkan dalam Islam. Artinya, tidak ada yang digunakan untuk membuat sesuatu dapat mengandung kata "haram", yang berarti sesuatu yang berbahaya dan bertentangan dengan hukum Islam. Umat Islam beribadah kepada Allah SWT terutama melalui konsumsi.

Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Al-Baqarah/2: 168.¹¹

يَا أَيُّهَا النَّاسُ مِمَّا كَلُمُوا فِي الْأَرْضِ لَاحًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوتَ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahannya:

Wahai manusia, makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kau mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah/2: 168)

⁹ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)*, Jurnal Agora, vol. 5 No., 2018.

¹⁰ Agus Wibowo, *Perilaku Konsumen Dan Hubungan Masyarakat*, Himpunan Jurnal Penelitian, 2020.

¹¹ Al-Baqarah 168, "Qur'an Kemenag," n.d., https://www.marja.id/quran/002_al-baqarah/ayat_168/

b. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen pada umumnya dipengaruhi oleh dua macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Meithiana Indrasari mengutip Kotler dan Armstrong yang mengatakan bahwa faktor-faktor berikut mempengaruhi perilaku konsumen:

1) Faktor Budaya

Faktor kebudayaan adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang bisa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka tentang apa yang mereka rasakan. Ini terdiri dari seperangkat pola perilaku yang ditularkan dan dipelihara oleh anggota masyarakat tertentu melalui berbagai cara. Dimensi atau indikator faktor kebudayaan yaitu:

a) Budaya

Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku yang sangat mendasar. Budaya memainkan peran penting dalam bagaimana konsumen memperoleh nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari institusi lain.

2) Faktor Sosial

Faktor Sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga peranan dan status.

a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang adalah setiap kelompok yang memiliki dampak langsung (tatap muka) atau tidak langsung pada sikap atau perilaku mereka. kelompok orang, seperti kelompok agama, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang berfungsi sebagai model bagaimana seseorang harus bertindak dan berperilaku, termasuk bagaimana mereka harus membeli barang.

b) Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan inti dimana seseorang hidup dan berkembang terdiri dari ayah , ibu dan anak. Dimana anggota keluarga satu dengan yang lain saling mempengaruhi dalam melakukan keputusan.

3) Faktor Pribadi

Faktor Pribadi adalah pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seseorang untuk membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang unik dari masing-masing individu, seperti usia dan tahapan dalam siklus hidup, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup.

a) Umur dan tahap siklus hidup keluarga

Welles dan Gubar menyatakan bahwa konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh tahap siklus hidup keluarga. Pada setiap tahap siklus, pendapatan berubah dan pembelian barang dan jasa berubah, dan siklus hidup keluarga

dapat memengaruhi setiap aktivitas konsumsi. bagaimana preferensi makanan, pakaian, dan barang-barang lainnya dipengaruhi oleh usia.

b) Pekerjaan dan keadaan ekonomi

Pekerjaan dan situasi keuangan seseorang juga dapat berpengaruh pada cara dia membelanjakan uang. Keputusan pembelian biasanya dilakukan berdasarkan keadaan ekonomi seseorang yang dimana terdiri dari pendapatan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.

c) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah bagaimana dia menjalani kehidupannya, yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapatannya. Gaya hidup adalah cara individu berinteraksi dengan lingkungannya secara keseluruhan.

d) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian dan konsep diri Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku membeli. Kepribadian adalah ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relatif tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Sedangkan konsep diri (atau citra diri) dibagi dua yaitu konsep diri ideal (bagaimana dia ingin memandang dirinya sendiri) dan konsep diri menurut orang lain (bagaimana pendapatnya tentang orang lain memandang dia).

4) Faktor Psikologis

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis, antara lain motivasi konsumen, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap sebagai evaluasi perasaan emosional.

a) Motivasi

Motivasi (Motivation) merupakan serangkaian sikap dan nilai-nilai yang menjadi dorongan yang ada dalam diri manusia untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu.

b) Persepsi

Persepsi (perception) merupakan hasil tanggapan atau pemaknaan langsung dari sesuatu atau proses seseorang terhadap stimulasi atau kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan pengalamannya terhadap rangsangan tersebut.

c) Pengetahuan

Pembelajaran merupakan suatu proses yang terdapat perubahan-perubahan pada diri seseorang yang berkembang dari suatu pengalaman. Pada saat seseorang bertindak, mereka akan bertambah pengetahuannya. Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari suatu pengalaman dan sebagian besar dari perilaku manusia merupakan hasil belajar.

d) Keyakinan dan Sikap

Sikap merupakan penilaian yang ada dalam diri seseorang atau suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap produk dalam

masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsisten. Sedangkan kepercayaan adalah suatu keyakinan seseorang terhadap nilai-nilai tertentu yang akan mempengaruhi perilakunya.¹²

2. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Jual beli tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagian besar waktu, seseorang akan memutuskan suatu produk sebelum melakukan pembelian. Tindakan individu yang secara langsung memengaruhi keputusan pembeli untuk membeli produk dari penjual disebut sebagai keputusan pembelian.¹³ Serangkaian tindakan yang diambil oleh individu atau kelompok untuk memperoleh dan menggunakan produk tertentu dikenal sebagai keputusan konsumen. Ketika pelanggan mampu menangkap pesan produk yang berhubungan dengan kebutuhan seseorang atau kelompok, pengambilan keputusan terjadi.¹⁴

Saat membuat keputusan pembelian, seseorang mengevaluasi berbagai opsi sebelum menetapkan satu opsi. Keputusan pembelian adalah titik dalam proses pengambilan keputusan seseorang ketika mereka yakin akan membeli sesuatu. faktor-faktor yang dipertimbangkan orang sebelum melakukan pembelian, seperti harga produk, kualitas, dan citra merek. Selama proses pembelian, konsumen melewati lima tahap: identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi solusi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian semuanya dimulai

¹² Meithiani Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Unitomo Press, vol. 7, 2019, https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625

¹³ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. 2019, hlm.16

¹⁴ Nurdin Batjo, "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian.," *Dinamis-Journal Of Islamic Management And Bussines* 1, no. 2 (2018): 9–40

jauh sebelum pelanggan benar-benar melakukan pembelian dan memiliki efek jangka panjang.¹⁵

b. Proses keputusan pembelian Konsumen

Langkah pertama dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah mengidentifikasi kebutuhan yang harus dipenuhi. Perlu dilakukan evaluasi agar pelanggan dapat memilih pilihan terbaik karena terdapat beberapa pilihan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.¹⁶

Proses pembelian secara signifikan dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Proses pengambilan keputusan pembelian dalam Islam dijelaskan dalam beberapa ayat Alquran yang umum. Ini menunjukkan bahwa itu dapat digunakan untuk aktivitas apa pun. Selain itu, prinsip pengambilan keputusan Islam lebih menekankan keseimbangan.

Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Qs. Al Furqon/25 ayat 67.

وَالَّذِينَ إِذَا وَالَّذِينَ أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يُتَّقِرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Terjemahannya:

”Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (QS. Al- Furqon/25: 67).¹⁷

Menurut ayat sebelumnya, setiap keputusan pembelian harus seimbang;

Dikatakan seimbang jika pembeliannya wajar sesuai kebutuhan dan tidak boros.

¹⁵ Ajjah Jumani M.Kamil hafidzi, Fathia Rizqi, “Literature Review Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian” 1, no. 1 (2022): 203–14.

¹⁶ Nur Aeni and Maya Tri Lestari, “Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah,” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 1, no. 2 (2021): 117–26, <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>

¹⁷ Al-Furqon 67, “Qur’an Kemenag,” *TafsirQ.Com*, n.d., <https://tafsirq.com/42-al-furqan/ayat-67>

Proses pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Juli Ismanto mengutip Kotler dan Armstrong yang mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan adalah pendekatan lima tahap untuk memecahkan masalah:

1) Identifikasi masalah

Identifikasi kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi adalah tujuan utama dari analisis keinginan dan kebutuhan. Ketika kebutuhan teridentifikasi, pelanggan harus dengan cepat memahami kebutuhan yang mungkin atau mungkin tidak terpenuhi dan memenuhi kebutuhan tersebut. Akibatnya, prosedur jual beli dimulai di sini.

2) Memperoleh Informasi

Pelanggan yang memperhatikan kebutuhan mereka harus memperoleh informasi tambahan mengenai produk dan layanan yang mereka butuhkan. Ada metode aktif dan pasif untuk mencari informasi. Tujuan khusus dari informasi pasif adalah untuk menentukan deskripsi produk yang diinginkan dengan membaca iklan surat kabar dan majalah tanpa berpartisipasi secara aktif. Informasi aktif dapat mencakup beberapa kunjungan toko untuk membandingkan kualitas dan harga produk.

3) Penilaian Alternatif

Ada dua tahapan dalam tahapan ini. Dengan kata lain, mereka akan menilai dan mempertahankan berbagai opsi pembelian yang telah dipilih setelah penetapan tujuan pembelian. Bergantung pada jenis produk yang mereka inginkan dan kebutuhan yang mereka miliki, pelanggan yang berbeda memiliki tujuan yang berbeda saat melakukan pembelian.

4) Keputusan pembelian

Proses pembelian sebenarnya dimulai dengan keputusan untuk membeli di sini. Beberapa pelanggan ingin membeli untuk memenuhi keinginan mereka, sementara yang lain ingin membeli untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk jangka waktu tertentu. Akibatnya, pelanggan harus memutuskan apakah akan membeli setelah fase awal selesai. Pelanggan memiliki banyak pilihan dalam melakukan pembelian, seperti jenis produk, merek, penjual, jumlah, waktu pembelian, dan metode pembayaran. Sebelum pelanggan melakukan pembelian, bisnis perlu mengetahui jawaban atas pertanyaan tentang perilaku mereka.

5) Tindakan Pasca Pembelian

Setelah pembelian suatu produk, konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Tugas pemasar atau penjual tidak berakhir saat produk dibeli; sebaliknya, itu akan berlanjut selama waktu itu. Penjual atau pemasar harus memperhatikan kepuasan pelanggan, perilaku, dan penggunaan produk setelah penjualan.¹⁸

3. Kosmetik

a. Pengertian Kosmetik

Kata Yunani kosmetikos, yang berarti kemampuan untuk menghias dan mengatur, adalah asal dari istilah "kosmetik". Kosmetika merupakan produk untuk menjaga penampilan seseorang yang diaplikasikan pada lapisan epidermis kulit. Secara umum, kosmetik merupakan campuran berbagai senyawa kimia yang

¹⁸ Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran Akutansi-1, Unpam : Tangerang, 2020.*

terbuat dari bahan alami atau sintetis.¹⁹ Kosmetik atau perawatan kulit merupakan salah satu kebutuhan manusia yang terus berkembang. Sangat penting untuk menunjang penampilan seseorang, dan perawatan kulit semakin menjadi kebutuhan pokok bagi orang-orang yang menjalani kehidupan yang semakin rumit.²⁰

Ada sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap kebutuhan akan kosmetik, antara lain ukuran kelompok, tuntutan pekerjaan, dan rasa percaya diri yang tumbuh. Selain untuk mempercantik diri, kosmetik memiliki sejumlah manfaat bagi kesehatan kulit selain untuk mempercantik diri, seperti mencegah flek hitam di wajah dan penuaan dini.

b. Kategori Kosmetik

Nama produk dan penggunaan yang dimaksudkan digunakan untuk menentukan kategori kosmetik. Pembagian jenis produk dan kategori kosmetik adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis Produk: Krim, emulsi, cairan, cairan kental, gel, dan minyak untuk wajah, tangan, kaki, dan bagian tubuh lainnya. Pengelompokan Produk: Chemical peel, perawatan kulit tubuh dan/atau tangan, pelembab mata (Eye mousturizer), perawatan kaki (Moisturizing Foot Cream), penyegar kulit, krim malam, skin conditioning (Skin soothing product), krim siang (Krim siang) , pelembab (Moisturizer), sediaan pijat, dan produk kulit berjerawat (Acne Skin Products) adalah contoh produk perawatan kulit.

¹⁹ Widiarti, Sri Faidah and Usodoningtyas, Sri Dwiyantri, "Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang Sri Windarti."

²⁰ Asti Nurmala Putri and Rani Apriani, "Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapatkan Izin Edar Dari BPOM." 9, no. 3 (2022): 1227–33.

- 2) Jenis produk: masker untuk wajah (kecuali chemical peel). Jenis kelompok: Masker, penutup mata, dan pengelupasan.
- 3) Jenis produk: Klasifikasi Jenis: Foundation (bubuk, pasta, atau cairan kental). Perona mata dan alas bedak.
- 4) Jenis produk: Bedak untuk berbagai kegunaan, termasuk riasan, bedak tubuh, bedak antiseptik, dan lainnya Bedak tubuh meliputi bedak tubuh antiseptik, bedak bayi, bedak wajah, bedak cair, bedak dingin, dan bedak kaki.
- 5) Jenis Produk : Beberapa contoh sabun mandi antiseptik antara lain sebagai berikut : Contoh produk padat antara lain sabun bayi padat, sabun mandi antiseptik padat, dan sabun mandi padat.
- 6) Jenis Produk: olahan dengan aroma yang menyenangkan. Klasifikasi Jenis : Parfum, eau de toilette, eau de parfum, dan berbagai sediaan wewangian lainnya, seperti pengharum badan dan bayi.
- 7) Jenis Produk: Barang-barang seperti garam mandi, busa mandi, minyak, dan gel untuk persiapan kamar mandi Kategori antara lain: Contoh sabun mandi cair antara lain sabun cuci tangan (cair), busa mandi, minyak mandi, garam mandi, garam mandi, dan bedak mandi. Produk mandi tambahan, seperti mangir atau lulur dan sabun mandi bayi cair.
- 8) Jenis Produk: Persiapan Penggunaan Depilatory Kategori produk: Depilatory.
- 9) Jenis Produk: Antiperspiran dan deodoran. Jenis kategori: Antiperspirant, antiperspirant, dan deodorant.
- 10) Jenis Produk: Kategori untuk preparat rambut. Klasifikasi Jenis: Pewarnaan rambut, pencerah rambut, riasan rambut fantasi, pengeriting rambut

(gelombang permanen, penetralisir, dan pelurus), penataan rambut (penata rambut), Isampo, sampo kering, sampo ketombe, pencuci rambut dan tubuh, rias rambut, kondisioner rambut (Hair Conditioner), Creambath Rambut, Masker Rambut, Tonik Rambut (Hair Tonic), Sampo Bayi, dan produk perawatan rambut bayi lainnya adalah contoh produk penataan rambut.

- 11) Jenis produk: Krim, busa, cairan, cairan kental, dan preparat cukur lainnya
Jenis kategori: preparat cukur sebelum dan sesudah mencukur, serta preparat cukur lainnya.
- 12) Jenis Produk: sediaan rias wajah, rias mata, dan sediaan pembersih.
Klasifikasi Jenis: Perona mata (Eye shadow), eye liner, maskara, Lem Bulu Mata (Eyes Glue), sediaan riasan mata lainnya, penghapus riasan mata, bedak padat (Compact powder), perona pipi, riasan "panggung", riasan lainnya preparat, astringent, dan pembersih serta penyegar kulit wajah merupakan contoh preparat alis.
- 13) Jenis Produk: Produk makeup dan perawatan bibir termasuk dalam kategori ini. Klasifikasi Jenis: Perawatan bibir, lipgloss, pewarna bibir, dan penghapusan riasan bibir
- 14) Jenis produk : Preparat untuk gigi dan mulut. Jenis kategori : Dentifrices, mouth wash, penyegar mulut (Mout Freshener), sediaan pemutih gigi, produk kebersihan, dan mulut lainnya
- 15) Jenis Produk : Sediaan make up dan perawatan kuku. Jenis kategorinya : Tap coat, base coat, nail dryer, nail Extender/Nail elongator, penguat kuku, nail polish remover, pelembut penghilang kutikula, preparat manicure dan

pedicure, dan preparat preparat kuku lainnya untuk organ intim bagian luar.

Pengelompokan jenis : Kebersihan bagian intim di bagian luar.

16) Jenis produk: tabir surya dan sediaan untuk berjemur. Jenis golongan :
Persiapan sunbath dan sun cream.

17) Jenis produk: persiapan untuk mengoleskan tan alami pada kulit.
Pengelompokan jenis: persiapan untuk mengoleskan tabir surya ke kulit.

18) Jenis produk : Sediaan untuk memutihkan kulit. Jenis kategori: Krim pemutih
mata dan pencerah kulit.

19) Jenis produk: Persiapan untuk kategori keriput. Pengelompokan jenis:
Concealer untuk kerutan mata (Eye wrinkle producti), penghalus kerutan, dan
produk anti-penuaan.²¹

c. Kosmetik halal

Kosmetik halal adalah kosmetik yang terbuat dari bahan baku halal serta diproses melalui proses yang ketat pada saat pengolahan, penyimpanan, distribusi hingga pengiriman produk kepada konsumen tetap memenuhi kaidah halal. Makna kata halal memiliki makna segala sesuatu yang diperbolehkan untuk dikonsumsi, dipergunakan menurut aturan agama Islam.²² Secara umum produk kosmetik ditambahkan formula seperti zat aditif, parfum, penstabil, pewarna, pengkilat maupun bahan kimia lainnya. Pemberian berbagai variasi bahan kimia

²¹ Mayagustina Andarini, *A-Z Notifikasi Kosmetika Di Indonesia, Direktorat Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan Dan Kosmetik*, 2020

²²Yulist Rima Fiandari, "Analisis Bibliometrik Publikasi Perkembangan Penelitian Pemasaran Digital Kosmetik Halal," *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 43, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.14203/j.baca.v43i2.843>.

tersebut dicampurkan sesuai kebutuhan untuk meningkatkan kualitas, umur penyimpanan.

Muslim dapat melakukan konsumsi produk yang telah memiliki label halal. Label halal dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM MUI) yang melakukan pengujian bahan baku, proses produksi hingga proses distribusi produk kepada konsumen. Pemberian label halal berlaku untuk produk yang dihasilkan dari dalam negeri maupun produk luar negeri yang akan dijual di Indonesia. Konsep halal memiliki perlawanan yakni konsep haram. Konsep haram merupakan segala sesuatu, tindakan yang dilarang untuk dikerjakan karena dianggap menyalahi aturan dalam agama Islam. Kandungan yang dilarang pada suatu produk berdasarkan dua referensi utama yakni Al-Quran, Hadits, maupun ijtihad ulama. Produk yang haram merupakan produk yang mengandung alkohol, unsur dilarang lainnya maupun kandungan yang berbahaya bagi kesehatan manusia.²³

Produk halal pada awalnya merupakan kebutuhan bagi kalangan muslim. Saat ini produk halal juga diminati oleh kalangan non-muslim. Hal ini dilandasi oleh kebersihan, kemurnian dan kualitas produk yang dijaga agar senantiasa baik. Kosmetik halal dapat menjangkau pasar untuk kalangan muslim serta non-muslim. Produk halal dinilai sebagai produk yang berkualitas dan terjamin kebersihannya. Produk halal disertakan aspek “toyyiban” yang menunjukkan produk memiliki kualitas yang baik, aman untuk digunakan, terjaga

²³ Yulist Rima Fiandari, “Analisis Bibliometrik Publikasi Perkembangan Penelitian Pemasaran Digital Kosmetik Halal,” *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 43, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.14203/j.baca.v43i2.843>

kebersihannya, memiliki kandungan gizi. Pemasar non-muslim dapat memasarkan kosmetik halal yang telah memiliki label halal. Sertifikasi produk halal membantu pemasar untuk menyakinkan konsumen tentang jaminan kosmetik halal. Reputasi halal mempermudah perusahaan akan membentuk kepercayaan konsumen. Permintaan kosmetik halal yang cenderung meningkat mendorong untuk produsen memenuhi permintaan tersebut.

d. Kosmetik yang aman

Kosmetik yang dijual di Indonesia harus memenuhi persyaratan keamanan, manfaat, kualitas, pelabelan, dan klaim. Menurut undang-undang dan peraturan, bahan kosmetik dievaluasi berdasarkan kriteria keamanan untuk memastikan bahwa produk jadi tidak menimbulkan risiko kesehatan bila digunakan sebagaimana dimaksud atau dalam kondisi yang diantisipasi. Sementara itu, kriteria kemanfaatan dilihat dari kesesuaiannya dengan klaim yang dinyatakan dan penggunaan yang dimaksudkan; Kualitas ditentukan dengan memastikan bahwa bahan kosmetik yang digunakan memenuhi persyaratan CPKB, Kodeks Kosmetika Indonesia, standar lain yang diakui, dan peraturan perundang-undangan; serta penandaan yang akurat dan bebas dari kelalaian.²⁴

4. BPOM

a. Pengertian BPOM

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) didirikan untuk mendeteksi, mencegah, dan mengontrol produk serta memastikan kesehatan, keselamatan, dan

²⁴ Mayagustina Andarini, *A-Z Notifikasi Kosmetika Di Indonesia, Direktorat Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan Dan Kosmetik*, 2020

keamanan konsumen di dalam dan luar negeri.²⁵

b. Fungsi dan Tujuan BPOM

BPOM adalah Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK) yang bertugas menegakkan peraturan pemerintah tentang makanan dan obat-obatan. Berikut tanggung jawab, tanggung jawab, dan wewenang BPOM berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan:

1) Tugas

- a) BPOM bertugas mengawasi obat dan makanan yang diedarkan oleh pemerintah.
- b) Contoh obat dan makanan antara lain bahan baku farmasi, narkotika, psikologi, prekursor, zat adiktif, obat konvensional, suplemen kesehatan kosmetik, dan makanan olahan.

2) Fungsi

- a) Perumusan kebijakan nasional pengawasan obat dan makanan;
- b) Pelaksanaan kebijakan pengawasan obat dan makanan nasional;
- c) Menetapkan pedoman, pedoman, prosedur, dan kriteria pengawasan peredaran;
- d) Kontrol digunakan baik sebelum dan selama proses sirkulasi;
- e) Mengkoordinasikan pengawasan obat dan makanan dengan instansi pemerintah pusat dan daerah;
- f) Pengawasan dan bimbingan teknis di bidang pengawasan obat dan makanan;

²⁵ R U U Pengawasan and Obat Dan, "RUU Pengawasan Obat Dan Makanan.," no. 021 (2020).

- g) Menerapkan langkah-langkah untuk menegakkan peraturan pengawasan obat dan makanan ilegal;
- h) Memberikan dukungan administrasi kepada seluruh komponen organisasi BPOM;
- i) Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas, memberikan pembinaan, dan pemberian penghargaan
- j) Kekayaan dan kekayaan negara dikelola oleh Badan POM;
- k) Kontrol atas bagaimana BPOM melakukan tugasnya; Dan
- l) Terlaksananya dukungan BPOM yang signifikan bagi seluruh bagian organisasi.

c. Kewenangan BPOM

Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) atau disebut juga Organisasi Unit Pelaksana Teknis BPOM di wilayah kerjanya adalah unit organisasi yang membidangi pengawasan obat dan makanan. Peraturan Presiden Nomor 4 Huruf A Menurut Surat Edaran BPOM, "BPOM berwenang sesuai dengan peraturan perundang-undangan untuk menerbitkan izin dan sertifikat edar bagi produk yang sesuai dengan standar dan persyaratan keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu. ." UU No 80 Tahun 2017.²⁶

- 1) Melakukan pengujian obat dan makanan sesuai dengan persyaratan peraturan perundang-undangan dan menerbitkan izin dan sertifikat peredaran produk berdasarkan standar dan persyaratan keamanan, khasiat/manfaat, dan mutu;

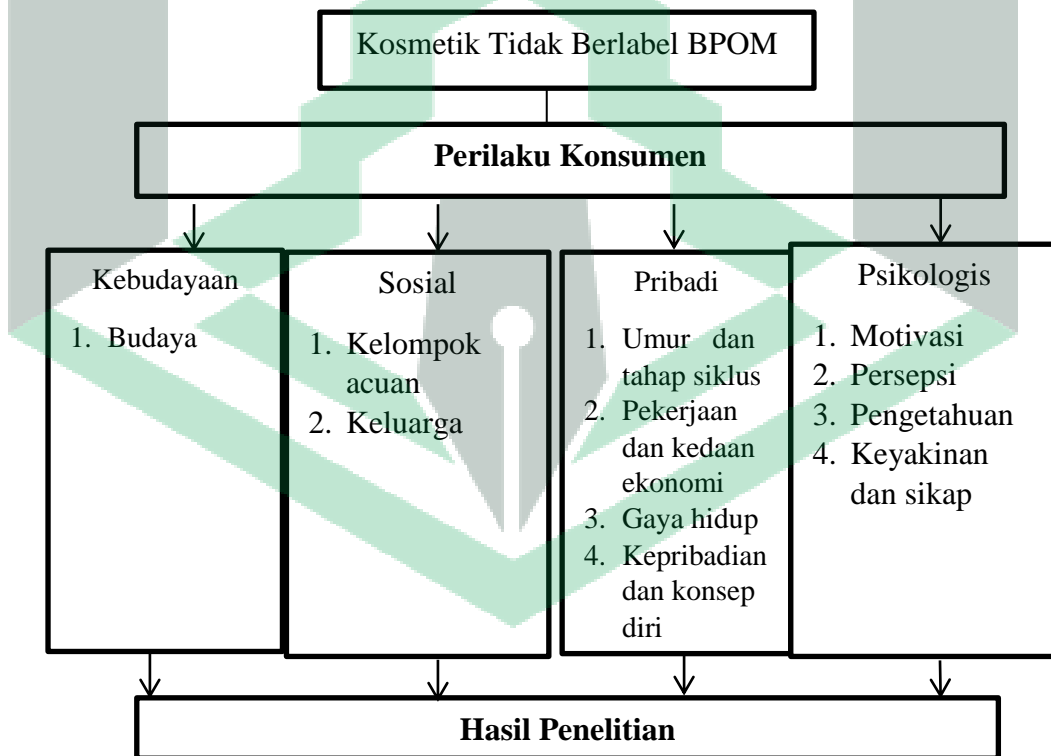
²⁶ Ni Kadek Diah Sri Pratiwi and Made Nurmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online?," *KerthaSemaya :JournalIlmuHukum*7,no.5(2019): 1, <https://doi.org/10.24843/km.2019.v07.i05.p03>.

- 2) Mematuhi semua hukum dan peraturan yang berlaku saat melakukan penyelidikan intelijen dan pengawasan makanan dan obat-obatan;
- 3) Sanksi administratif dalam peraturan dan undang-undang. Berdasarkan standr

C. Kerangka Berpikir

Model konseptual hubungan teori dengan berbagai faktor penting yang telah diidentifikasi adalah kerangka kerja.²⁷

Seorang konsumen produk kosmetik yang tidak berlabel BPOM dalam melakukan pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang didasarkan pada berbagai macam perilaku yang ditunjukkan oleh setiap pelanggan.



Bagan 2.1 Kerangka Pikir

²⁷ MM Dr.Garaika Darman, S.E., *Metodologi Penelitian, Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 2019.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Data dikumpulkan dengan menggunakan metode deskriptif, yang biasanya menggambarkan karakteristik seseorang, peristiwa, atau keadaan. Jenis penelitian yang disebut penelitian deskriptif menggambarkan atau mengilustrasikan suatu masalah. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan deskripsi yang akurat dan metodis dari suatu populasi, keadaan, atau fenomena.²⁸

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki kondisi objek yang alamiah, dengan menggunakan peneliti sebagai instrumen utama, triangulasi metode pengumpulan data, analisis data induktif, dan hasil yang lebih menekankan makna daripada generalisasi.²⁹

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM mahasiswa manajemen bisnis syariah .

C. Defenisi Istilah

1. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, membeli, memakai kebutuhan serta memanfaatkan barang, jasa

²⁸ Lukman Waris, Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiwati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mounw, Jonata, Imam Mashudi, Nur hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputi, Nuryami, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin*, 2022, <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>.

²⁹ zuchi Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Syakir Media Press, 2021.

ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor pribadi, budaya, sosial, psikologis, dan budaya. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.³⁰

2. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Identifikasi masalah, perolehan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tindakan pasca pembelian adalah lima tahap proses pengambilan keputusan.³¹

3. Kosmetik tidak berlabel BPOM

Secara umum, kosmetik adalah campuran berbagai senyawa kimia yang terbuat dari bahan alami atau sintetis yang dioleskan pada epidermis tubuh untuk mempercantik penampilan seseorang. Kosmetik adalah bahan perawatan. Banyak faktor, termasuk kepercayaan diri yang meningkat, tuntutan pekerjaan, dan ruang lingkup pergaulan, berkontribusi pada kebutuhan akan kosmetik. Kosmetik memiliki sejumlah manfaat bagi kesehatan kulit selain untuk mempercantik diri, seperti mencegah flek hitam di wajah dan penuaan dini.

Jika suatu produk tidak memiliki label BPOM dan beredar di pasaran, maka itu adalah ilegal dan tidak sesuai dengan peraturan di Indonesia. Selain itu, keamanan dan kualitas suatu produk tidak dapat dijamin karena adanya bahan

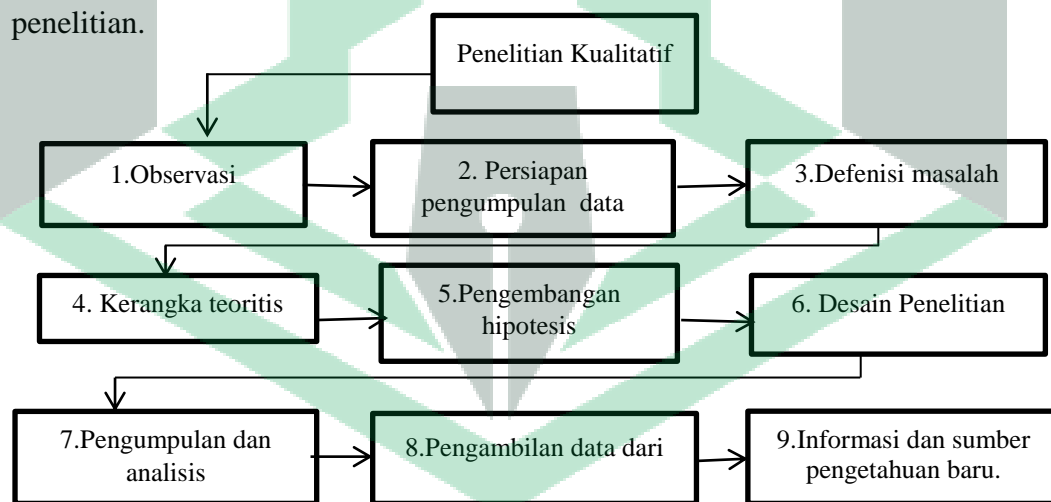
³⁰Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan.*, Unitomo Press, vol.7, 2019, https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link58173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://thinkasia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625.

³¹ Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran Akutansi-1*, Unpam :Tangeran, 2020

berbahaya seperti merkuri yang dapat menyebabkan berbagai masalah kulit, termasuk perubahan warna kulit yang pada akhirnya dapat menyebabkan bintik hitam pada kulit, alergi, penyakit kulit. iritasi, dan kerusakan permanen. pada sistem saraf otak, ginjal, dan keterlambatan perkembangan janin. Penggunaan kosmetik tanpa label BPOM hanya melihat hasil dan tidak mengungkap bahaya yang sebenarnya.

D. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sekumpulan langkah dan teknik yang digunakan untuk melihat data dan menemukan variabel yang akan menjadi objek penelitian. Selain pengertian tersebut, dapat juga diartikan sebagai suatu metode yang digunakan peneliti untuk menghubungkan setiap bagian penelitiannya secara sistematis agar lebih mudah dan cepat dalam menganalisis dan memilih fokus penelitian.



Bagan 3.2 Desain Penelitian

E. Data dan Sumber Data

Tujuan utama dari penelitian adalah untuk menemukan solusi untuk masalah saat ini. Masalah ini dapat diatasi jika data yang akurat digunakan untuk

mencadangkannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini perlu diungkapkan; Biasanya hanya ada dua jenis data: data primer dan sekunder.³²

1. Data Primer

Peneliti membutuhkan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber utama. Data yang tidak dipublikasikan ini tidak dapat digunakan oleh peneliti lain karena tujuan penelitian yang berbeda. Bahkan jika perusahaan memberikan informasi ini, hanya peneliti yang bersangkutan yang menggunakannya. Pada penelitian ini data primer akan didapatkan dari hasil wawancara langsung yang akan dilakukan dengan mahasiswi manajemen bisnis syariah selaku informan pada penelitian ini terkhusus mahasiswi yang menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber informasi yang sifatnya telah didokumentasikan oleh instansi pemerintah atau dunia usaha. Data ini berupa data yang telah diberikan kepada pihak ketiga dan dapat digunakan oleh siapa saja.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data pada dasarnya adalah instrumen penelitian. Peneliti berfungsi sebagai instrumen atau alat penelitian dalam penelitian kualitatif. Akibatnya, peneliti kualitatif harus "divalidasi" sebagai sarana untuk menentukan kesiapan mereka untuk penelitian lapangan. Pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang

³² Almasdi Syahza, SE., *Buku Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*,

yang diteliti, dan kesiapan memasuki subjek penelitian secara akademik dan logistik merupakan aspek validasi peneliti sebagai instrumen.

Setelah fokus penelitian ditetapkan, instrumen penelitian sederhana dapat dikembangkan untuk melengkapi data dan membandingkannya dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Selama tahap grand tour question, focus, dan selection, peneliti akan terjun ke lapangan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menarik kesimpulan.³³

G. Teknik Pengumpulan Data

Aspek terpenting dalam penelitian adalah metode pengumpulan data karena salah satu tujuan pengumpulan data adalah untuk memperoleh data. Metode berikut digunakan oleh penulis penelitian untuk mengumpulkan data:

b. Observasi

Observasi merupakan suatu pengumpulan data dengan melakukan survei lapangan pengamatan secara langsung mengenai kondisi lokasi yang akan diteliti. Peneliti akan melakukan observasi ke kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo khususnya untuk mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM.

c. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dimana dua individu bertemu untuk menjawab pertanyaan dan mendiskusikan ide dan informasi. Dalam hal metode yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini wawancara terbuka dan terstruktur wawancara terstruktur digunakan ketika orang yang

³³ Hardani, Nurh Hikmatul Auliya, Grad.Cert.Biotech, Helmina Andriani, , Roushandy Asri fardani, Jumaria Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, M.Farm, Dhika Juliana Sukmana, Ria Rahmatul Istiqomah, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020.h.119

mengumpulkan data mengetahui dengan tepat apa yang perlu dikumpulkan. Pengumpul data mengajukan pertanyaan yang sama kepada setiap responden, dan tanggapannya dicatat.

d. Dokumen

Dokumentasi ialah suatu metode pengumpulan data yang mengabadikan moment yang berisi peristiwa-peristiwa baik itu tulisan, gambar dan karya nomumental yang di anggap dapat membantu proses penelitian dalam mencapai tujuan penelitian tersebut.³⁴

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menentukan kredibilitas dan validitas penelitian digunakan metode triangulasi sumber dan triangulasi teknis. Triangulasi adalah teknik untuk menguji reliabilitas (validitas) data dengan menggabungkan berbagai metode pengumpulan data yang berasal dari sumber data yang ada.

- a. Untuk triangulasi menurut sumber, tingkat kepercayaan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber harus dibandingkan dan diperiksa ulang. Seorang peneliti mengecek data yang diperolehnya dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menggunakan triangulasi sumber.
- b. Triangulasi menggunakan teknik adalah triangulasi yang dilakukan dengan melihat data dari sumber yang sama tetapi menggunakan teknik yang berbeda. Setelah mendapatkan hasil wawancara dan membandingkannya

³⁴ Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mounw, Jonata, Imam Mashudi, Nur hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputi, Nuryami, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif.*

dengan hasil observasi dan dokumentasi, peneliti menggunakan metode triangulasi.³⁵

I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah pencarian dan penyusunan transkrip, catatan, lapangan, dan bahan lain yang dikumpulkan oleh peneliti secara sistematis untuk memudahkan penemuan temuan.³⁶

1. Data reduction (reduksi data)

Pencatatan perlu dilakukan secara cermat dan detail karena banyaknya data yang terkumpul di lapangan. Seperti yang dinyatakan sebelumnya, seiring peneliti melanjutkan di lapangan, kompleksitas dan kuantitas data akan meningkat. Untuk mengurangi data, seseorang harus meringkas, memilih bagian yang paling penting, fokus pada bagian yang paling penting, dan mencari pola dan tema. Oleh karena itu, data yang lebih sedikit akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data tambahan dan mencarinya jika diperlukan.

2. Data *display* (Penyajian data)

Uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, bagan alir, dan format serupa lainnya dapat digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Dengan menampilkan data, akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan berikutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

³⁵ Lexy J, Moleong. *Metode Penelitian kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya 2018). 330

³⁶ Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mounw, Jonata, Imam Mashudi, Nur hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputi, Nuryami, *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif*.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data adalah menarik kesimpulan dan melihat hasilnya. Jika tidak ada cukup bukti kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya, kesimpulan awal akan direvisi. Namun, ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, kesimpulan yang ditarik dapat dipercaya jika sejak awal diberikan bukti yang valid dan konsisten.³⁷



³⁷ Zuchi Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press, 2021

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat

Fakultas Ushuluddin merupakan nama awal dari Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Palopo sebelum berubah status menjadi STAIN Palopo. resmi diakui sebagai organisasi kebaktian IAIN Aluddin Makassar pada tanggal 27 Maret 1968. Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama No. Tahun 1968, diberikan nama Fakultas Ushuluddin Cabang IAIN Alauddin Palopo. Selain itu, Menteri Agama Republik Indonesia mengeluarkan Surat Keputusan No. Dengan dikeluarkannya 168 tahun 1982, status Fakultas Ushuluddin cabang ditetapkan.

Perubahan yang ditimbulkan oleh Keputusan Presiden RI No. XI Pada tahun 1997, Fakultas Ushuluddin di Palopo berganti nama menjadi STAIN dan menjadi sekolah menengah atas Islam yang berdiri sendiri, mulai tahun pelajaran 1997/1998. memiliki fakultas yang cukup untuk memberikan status IAIN. Fakultas Syariah terbentuk sebagai hasil penggabungan Hukum Keluarga Islam, Hukum Tata Negara Islam, dan Hukum Ekonomi Islam. Sementara itu, program Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah dan program anyar bernama Manajemen Bisnis Syariah dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

b. Visi dan Misi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

a. Visi

Unggul dalam aplikasi dan riset manajemen bisnis syariah menuju syari'preneur sebagai pejuang peradaban

a. Misi

- 1) Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan manajemen bisnis syariah yang memiliki standar mutu nasional
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan ilmu manajemen bisnis berbasis syariah yang berkontribusi pada keilmuan dan aplikasi
- 3) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat dalam bidang manajemen dan bisnis syariah yang berorientasi pada pengembangan UMKM
- 4) Menyelenggarakan pengolahan program studi menuju terciptanya good university governance

2. Deskripsi Karakteristik Informan

Dalam penelitian ini, karakteristik informan ditampilkan dalam tabel persentase yang menunjukkan apa yang terjadi. Mahasiswa manajemen bisnis syariah menjadi informan pada penelitian ini.

a. Informan berdasarkan umur

Tabel.4.1 Informan berdasarkan umur

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	19	2	10
2	20	4	20
3	21	5	25
4	22	5	25
5	23	3	15
6	24	1	5
Total		20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Jumlah dan persentase Informan pada penelitian ini berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 di atas dengan jumlah persentase 100%. Jumlah informan dengan umur 19 tahun sebanyak 2 orang atau 10% informan yang berusia 20 tahun sebanyak 4 orang atau 20% selanjutnya pada informan yang berusia 21 dan 22 sebanyak 5 orang atau sebesar 25%, umur 23 sebesar 15%, sedangkan informan yang berusia 24 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 5% yang menjadi informan yang paling sedikit pada penelitian ini.

b. Informan berdasarkan semester

Tabel.4.2 Informan berdasarkan semester

No	Semester	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	3	2	10
2	5	3	15
3	7	13	65
4	9	1	5
5	11	1	5
Total		20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa informan semester 3 sebanyak 2 orang atau 10 %, semester 5 sebanyak 3 orang atau 15%, semester 7 sebanyak 13 orang atau 65% semester 9 sebanyak 1 orang atau 5% sedangkan informan yang paling sedikit semester 11 sebanyak 1 orang atau sebesar 5%.

c. Informan berdasarkan angkatan

Tabel 4.3 Informan berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2017	1	5
2	2018	1	5
3	2019	13	65
4	2020	3	15
5	2021	2	10
Total		20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa informan pada penelitian ini terdapat angkatan tahun 2017 sebanyak 1 orang atau sebesar 5%, angkatan tahun 2018 sebanyak 1 orang atau sebesar 5%, sedangkan informan paling banyak angkatan tahun 2019 sebanyak 13 orang atau sebesar 65%, angkatan tahun 2020 sebanyak 3 orang atau sebesar 15%, kemudian angkatan 2021 sebanyak 2 orang atau sebesar 10%.

d. Informan berdasarkan kosmetik yang digunakan

Tabel 4.4 Informan berdasarkan kosmetik yang digunakan

No	Kosmetik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SP	9	45
2	Diamon	8	40
3	Tabita	1	5
4	Collagen	2	10
Total		20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dilihat informan berdasarkan kosmetik yang digunakan Informan pada penelitian ini menggunakan kosmetik dengan jenis produk krim pemutih seperti SP sebesar 45%, krim pemutih Diamon sebesar 40%, krim pemutih Collagen sebesar 10%, krim pemutih Tabita sebesar 5%.

B. Hasil penelitian

Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari hasil wawancara dan dokumentasi yang peneliti gunakan dengan informan yang terkait dengan penelitian ini, khususnya mahasiswa manajemen bisnis syariah yang menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM, dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi:

1. Faktor Kebudayaan

a. Kebiasaan menggunakan kosmetik yang tidak BPOM di lingkungannya

Tabel 4.5 Kebiasaan menggunakan kosmetik yang tidak BPOM di lingkungannya

No	Kebiasaan dalam menggunakan kosmetik tidak BPOM di lingkungan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Biasa	20	100
2	Tidak biasa	0	0
	Total	20	100

Sumber: Data primer setelah diolah,2023

Tanggapan para informan dalam suatu lingkungan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM atau izin edar sudah menjadi kebiasaan dengan jumlah persentase 100% dapat dilihat pada tabel 4.5 di atas, 20 orang atau sebesar 100% informan menjawab “Biasa” sudah menjadi kebiasaan dalam lingkungan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM untuk merawat, dan mempercantik diri, dan masih banyak juga dalam lingkungan yang kebiasaannya masih menggunakan kosmetik yang berlabel BPOM tergantung kecocoka kulit setiap orang.

b. Sejak kapan kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

Tabel. 4.6 Sejak kapan kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Sejak kapan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Tidak Tahu	20	100
2	Tahu	0	0
	Total	20	100

Sumber:Data primer setelah diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat dilihat mengenai sejak kapan kebiasaan di lingkungan tersebut menggunakan kosmetik yang tidak berlabel BPOM dengan jumlah persentase 100%. 20 orang informan menjawab “Tidak tahu” karena mereka tidak bisa memberikan jawaban yang pasti sejak tahun berapa, cuman dapat melihat ibu-ibu di lingkungannya yang wajahnya berflek yang diakibatkan dari penggunaan kosmetiknya dulu pada saat masih usia remaja, dimana kosmetik itu banyak mengandung alkohol untuk tonernya yang membuat kulit wajah terkelupas sehingga di usia tua efeknya baru terlihat.

c. Pendapat orang-orang di lingkungan terhadap penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM.

Tabel.4.7 Manfaat kosmetik tidak berlabel BPOM.

No	Manfaat kosmetik tidak BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Memutihkan	19	95
2	Berbahaya	1	5
	Total	20	100

Sumber:Data Primer setelah diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, mengenai pendapat orang-orang di lingkungan terhadap penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM. Jumlah informan sebanyak 19 orang atau sebesar 95% menjawab “Memutihkan” karena menurutnya produk kosmetik yang tidak BPOM tersebut bagus cepat dalam memperlihatkan hasil seperti memutihkan dan membuat penampilan lebih menarik, harganya juga tidak menguras kantong, sedangkan 1 orang atau sebesar 5% menjawab “Berbahaya” menurutnya kosmetik yang tidak BPOM mengandung merkuri yang dapat merusak kulit.

2. Faktor Sosial

a. Acuan dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

Tabel 4.8 Acuan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Acuan menggunakan kosmetik tidak BPOM dipengaruhi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Teman	19	95
2	Keinginan sendiri	1	5
	Total	20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, tanggapan informan terhadap kelompok acuan dalam penggunaan kosmetik yang tidak berlabel BPOM dipengaruhi oleh “Teman” dengan 19 informan atau sebesar 95% menggunakan kosmetik karena mendapatkan saran atau rekomendasi dari teman sepergaulannya dengan melihat hasil pemakaiannya, sedangkan 5% informan menggunakan kosmetik karena “Keinginan sendiri” dalam menggunakan kosmetik tidak BPOM karena keinginan sendiri untuk gunakan kosmetik tersebut tanpa pengaruh dari teman.

b. Orang tua menyarankan dalam menggunakan kosmetik tidak BPOM

Tabel 4.9 Orang tua menyarankan menggunakan kosmetik tidak BPOM

No	Orang tua menyarankan menggunakan kosmetik tidak BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Orang tua menyarankan	1	5
2	Orang tua tidak menyarankan	19	95
	Total	20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Tanggapan informan mengenai orang tua menyarankan dalam menggunakan kosmetik yang tidak berlabel BPOM dapat dilihat pada tabel 4.9 di atas, 1 orang atau sebesar 5% menjawab “Orang tua menyarankan” dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena orang tua tersebut menggunakan kosmetik

yang tidak BPOM juga, sedangkan 19 orang atau sebesar 95% menjawab “Orang tidak menyarankan” dalam menggunakan kosmetik tidak BPOM yang dimana terdapat orang tua yang masih kurang pengetahuannya tentang penggunaan kosmetik, dan juga terdapat orang tua yang melarang menggunakan kosmetik yang mempunyai kandungan merkuri karena dapat merusak kulit tetapi informan masih tetap menggunakannya karena lebih mengutamakan hasil pemakaiannya saja.

e. Saudara pernah menyarankan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

Tabel 4.10 Saudara menyarankan menggunakan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Saudara menyarankan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Saudara menyarankan	5	25
2	Saudara tidak menyarankan	15	75
Total		20	100

Sumber: Data primer setelah diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, tanggapan informan dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena disarankan oleh saudara. Dengan jumlah persentase 100%, 5 orang atau sebesar 25% yang menjawab “Saudari menyarankan” dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena cepat dalam memutihkan instan pemakaiannya, sedangkan 15 orang atau sebesar 75% menjawab “Saudara tidak menyarankan” dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena dalam penggunaan kosmetik kembali lagi ke masing-masing orang yang mau menggunakan kosmetik apa saja tergantung kecocokan pada kulit setiap orang, meskipun tidak mendapatkan saran dari saudarinya tetapi tetap menggunakan karena sudah merasa cocok.

1. Faktor Pribadi

- a. Menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhan.

Tabel 4.11 Menggunakan kosmetik tidak BPOM karena sesuai usia kebutuhan

No	Menggunakan kosmetik tidak BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhannya	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sesuai dengan usia kebutuhan	16	80
2	Tidak sesuai dengan usia kebutuhan	4	20
Total		20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.11 sebelumnya, tanggapan informan mengenai penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM sesuai dengan usia kebutuhannya. Informan dengan jumlah 16 orang atau sebesar 80%, menjawab “Sesuai dengan usia kebutuhannya” karena di umurnya yang sudah membutuhkan perawatan kecantikan dengan menggunakan kosmetik untuk menunjang penampilan sekalipun produk yang digunakan tidak berlabel BPOM, sedangkan 4 orang informan atau sebesar 20% menjawab “Tidak sesuai dengan usia kebutuhan” menurutnya menggunakan kosmetik tidak BPOM juga hanya sekedar mencoba saja karena rekomendasi dari teman, tanpa memikirkan usianya belum waktunya untuk menggunakan kosmetik yang mengandung merkuri, seharusnya menggunakan produk yang aman digunakan tetapi karena sudah menggunakannya dan ada perubahan saat menggunakannya jadi tetap melanjutkan pemakaiannya.

- b. Keadaan ekonomi memengaruhi pembelian kosmetik tidak berlabel BPOM.

Tabel 4.12 Keadaan ekonomi memengaruhi pembelian kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Keadaan ekonomi memengaruhi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Keadaan ekonomi berpengaruh	16	80
2	Keadaan ekonomi tidak berpengaruh	4	20
	Total	20	100

Sumber:Data primer setelah diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa jawaban informan mengenai keadaan ekonomi memengaruhi pembelian kosmetik tidak berlabel BPOM. Jumlah 16 orang atau sebesar 80% yang menjawab “Keadaan ekonomi berpengaruh” dengan keadaan ekonominya menengah atau cukup dalam memenuhi kebutuhan primer mengatakan berpengaruh terhadap pembeliannya karena masih mengharapkan uang saku dari orang tua ataupun keluarga untuk memenuhi kebutuhannya termasuk dalam kebutuhan kosmetiknya, Sedangkan 4 informan atau sebesar 20% yang menjawab ”Keadaan ekonomi tidak berpengaruh” meskipun keadaan ekonomi termasuk dalam kelas ekonomi menengah tetapi tidak berpengaruh terhadap pembeliannya karena meskipun ekonominya kurang atau tidak memungkinkan tetap memprioritaskan kebutuhan kosmetiknya karena sudah merasa ketergantungan.

c. Menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM dapat mencerminkan gaya hidup.

Tabel 4.13 Menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM dapat mencerminkan gaya hidup

No	Mencerminkan gaya hidup	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Gaya hidup sederhana	20	100
2	Gaya hidup tidak sederhana	0	0
	Total	20	100

Sumber:Data primer setelah diolah,2023

Tanggapan informan mengenai penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM dapat mencerminkan gaya hidupnya dapat dilihat pada tabel 4.13 di atas. Sebesar 100% atau sebanyak 20 orang menjawab dapat mencerminkan gaya hidupnya yang sederhana karena penampilan merupakan suatu hal yang wajib dalam merawat kulit dengan menggunakan kosmetik sekalipun kosmetik yang digunakan itu kosmetik yang tidak BPOM, dimana menjadi suatu kegemaran dalam merawat diri dengan menggunakan kosmetik dalam kesehari-hariannya yang simpel dan sederhana dalam menggunakan suatu produk yang dapat memberikan manfaat yang maksimal dan harganya pun terjangkau.

d. Menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM dapat memberikan rasa percaya diri

Tabel 4.14 Percaya diri ketika menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Percaya diri ketika menggunakan kosmetik tidak BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Percaya diri ketika menggunakannya	20	100
2	Tidak percaya diri ketika menggunakannya	0	0
	Total	20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Tanggapan informan mengenai dalam penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM dapat memberikan rasa percaya diri dapat dilihat pada tabel 4.14 di atas yang dimana 20 informan atau sebesar 100% yang memberikan tanggapan “percaya diri ketika menggunakannya” karena dapat memberikan hasil yang memuaskan sehingga memberikan rasa percaya diri untuk terlihat menarik di depan orang.

e. Pandangan terhadap diri sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM

Tabel 4.15 Pandangan terhadap diri sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Pandangan terhadap diri sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pandangan bagus	16	80
2	Pandangan tidak bagus	4	20
Total		20	100

Sumber: data primer setelah diolah, 2023

Tanggapan informan terhadap dirinya sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM dapat dilihat pada tabel 4.15 di atas, 16 orang informan atau sebesar 80%, menjawab “Pandangannya bagus” terhadap diri sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM karena mereka puas dengan kualitas produknya yang memberikan hasil yang memuaskan meskipun mereka mengetahui bahwa produk tersebut berbahaya untuk pemakaian jangka panjang., sedangkan 4 informan atau sebesar 20% menjawab “Pandangannya tidak bagus” terhadap diri sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM menurutnya penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut yang hasilnya instan tidak baik karena dapat menimbulkan dampak buruk setelah berhenti menggunakannya, tetapi tetap menggunakannya meskipun mengetahui bagaimana bahayanya karena sudah merasa cocok.

- f. Pendapat terhadap orang lain yang memandang anda sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM.

Tabel 4.16 Pendapat terhadap orang lain yang memandangnya sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Pendapat terhadap orang lain yang memandangnya sebagai pengguna	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Peduli pendapat orang lain	1	5
2	Tidak Peduli pendapat orang lain	19	95
Total		20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, tanggapan informan mengenai pendapatnya terhadap orang lain yang melihatnya sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM. Sebanyak 1 orang atau sebesar 5% “Peduli” terhadap pendapat orang lain karena sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM yang kandungannya dapat merusak kulit apalagi pemakaian jangka panjang, tetapi tetap menggunakannya karena sudah merasa cocok dengan produknya, sedangkan 19 orang atau sebesar 95% Informan yang menjawab “tidak peduli” pendapat orang lain karena mereka lebih mengutamakan hasil pemakaiannya kalau merasa cocok tetap menggunakannya tanpa memperdulikan pendapat orang lain mengenai kosmetik yang digunakannya

2. Faktor Psikologi

a. Motivasi dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

Tabel 4.17 Motivasi dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Motivasi dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Glowing	17	85
2	Sekedar Coba-coba	3	15
	Total	20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, tanggapan informan mengenai motivasi dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM. 16 orang informan atau sebesar 85% menjawab “Glowing” dimana mereka menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut semata-mata untuk mengatasi masalah kulitnya dan untuk terlihat lebih glowing atau putih untuk menunjang penampilannya. Sedangkan 4 orang atau sebesar 15% informan menjawab “Sekedar coba-coba” karena mereka hanya sekedar coba-coba dan juga adanyasaran dari teman.

- b. Persepsi terhadap kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan sesudah menggunakannya.

Tabel 4.18 Persepsi terhadap kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan sesudah menggunakan

No	Persepsi sebelum dan sesudah menggunakan	Sebelum		Sesudah	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	Kualitas produknya bagus	18	90	17	85
2	Kualitas produknya tidak bagus	2	10	3	13
Total		20	100	20	100

Sumber: Data primer setelah olah, 2023

Tanggapan informan mengenai persepsi kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan sesudah menggunakannya dapat dilihat pada tabel 2.18 di atas. 18 orang atau sebesar 90% yang menjawab “Kualitas produknya bagus” sebelum mereka gunakan karena melihat hasil pemakaian orang lain termasuk teman sepergaulannya yang menggunakannya memberikan hasil yang memuaskan. Sedangkan 2 orang atau sebesar 10% informan yang menjawab “Tidak bagus kualitas produknya” sebelum menggunakannya mereka mengatakan bahwa kosmetik yang tidak memiliki label BPOM tentu mengandung bahan berbahaya tetapi tetap menggunakannya karena berpatokan dengan hasil pemakaiannya meskipun sudah mengetahui bahaya penggunaannya dalam jangka panjang. Sedangkan untuk pemakai sesudah menggunakannya 17 orang atau sebesar 85% informan menjawab “Kualitas produknya bagus” karena sudah membuktikan dengan hasil pemakaiannya yang memuaskan. Sedangkan 3 orang atau 15% menanggapi “Produknya tidak bagus” karena setelah mereka gunakan dan melihat hasil pemakaiannya kurang memuaskan dapat merusak kulit wajah, membuat muka tiba-tiba breakout, apalagi penggunaan dalam jangka panjang.

c. Pengetahuan terhadap produk kosmetik tidak berlabel BPOM

Tabel 4.19 Pengetahuan terhadap kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Pengetahuan terhadap produk kosmetik tidak berlabel BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Tahu	17	85
2	Cukup tahu	3	15
	Total	20	100

Sumber: Data primer setelah diolah,2023

Tanggapan para informan mengenai pengetahuan mereka terhadap produk kosmetik yang tidak berlabel BPOM dapat dilihat pada tabel 4.19 di atas, 17 orang atau sebesar 85% menjawab “Tahu” dimana informan mengetahui bahwa kosmetik yang tidak berlabel BPOM tersebut mengandung bahan berbahaya seperti halnya merkuri dapat merusak kulit, begitupun dengan khasiatnya yang dapat mengatasi masalah kulit seperti menghilangkan jerawat, menunda penuaan dini, memutihkan dalam lain-lain. Sedangkan 3 orang atau sebesar 13% yang menjawab “Cukup tahu” karena mereka hanya mendapatkan rekomendasi dari teman dan melihat hasil pemakaian yang bagus tanpa mengetahui lebih jauh mengenai kandungan dan bahaya yang ditimbulkan, tetapi tetap menggunakannya karena melihat hasil pemakainnya.

d. Melakukan pembelian kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya.

Tabel 4.20 Pembelian kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya

No	Pembelian kosmetik tidak BPOM karena pengalaman sebelumnya	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Ya karena pengalaman sebelumnya	0	0
2	Tidak karena pengalaman sebelumnya	20	100
	Total	20	100

Sumber:Data primer setelah diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.120 diatas dapat dilihat jawaban informan mengenai pembelian kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya. Jumlah informan 20 orang atau sebesar 100% yang memberikan jawaban “ Tidak karena pengalaman sebelumnya” dimana sebelum menggunakan kosmetik yang tidak BPOM mereka menggunakan kosmetik yang sudah berlabel BPOM atau sudah mendapatkan izin edar.

e. Menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM yakin dapat memberikan hasil yang memuaskan.

Tabel 4.21 Menggunakan kosmetik tidak belabel BPOM yakin dapat memberikan hasil yang memuaskan

No	Menggunakan kosmetik tidak BPOM karena yakin dapat memberikan hasil yang memuaskan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Yakin memberikan hasil yang memuaskan	18	90
2	Tidak yakin dapat memberikan hasil yang memuaskan	2	10
Total		20	100

Sumber:Data primer setelah diolah,2023

Tanggapan dari informan mengenai penggunaan kosmetik yang tidak berlabel BPOM dapat memberikan hasil yang memuaskan terlihat pada tabel 4.21 di atas. Dengan jumlah informan 18 orang atau sebesar 90% menjawab “ Yakin memberikan hasil yang memuaskan” karena mereka sudah melihat testi dimana-mana tentang produk kosmeti tidak BPOM sehingga memutuskan untuk menggunakannya dan membuktikan setelah menggunakannya bahwa produknya dapat memberikan hasil yang memuaskan. Sedangkan 2 orang atau sebesar 10% yang memberikan jawaban “Tidak yakin dapat memberikan hasil yang memuaskan” karena sebelum menggunakan kosmetik tidak BPOM menggunakan

yang ber BPOM dan juga merasa takut tidak cocok dengan produknya karena mengandung merkuri yang berlebihan.

f. Sikap terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM.

Tabel 4.22 Sikap terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM

No	Sikap terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sikap baik	17	85
2	Sikap tidak baik	3	15
	Total	20	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

Tanggapan informan mengenai sikap terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM, seperti yang terlihat pada tabel 4.22 di atas. Sebanyak 17 orang atau sebesar 85% memberikan jawaban “sikap yang baik” karena mereka merupakan pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM dan dapat memberikan hasil pemakaiannya yang memuaskan cepat dalam memutihkan meskipun sangat berbahaya terhadap kesehatan kulit tetapi tergantung cocok tidaknya yang digunakan. Sedangkan informan yang memberikan jawaban “sikap yang tidak baik” sebesar 3 orang atau sebesar 15%, karena setelah menggunakannya dengan cukup lama akan timbul jerawat dan dapat merusak kulit wajah jika tidak cocok tetapi masih menggunakannya karena melihat hasil pemakaiannya yang memuaskan sehingga tidak memperdulikan bahaya dari penggunaannya.

C. Pembahasan

1. Faktor kebudayaan

Faktor budaya adalah respon yang diberikan masyarakat terhadap sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan rutinitas. Ini bisa dimulai dengan bagaimana

orang mendapatkan informasi, bagaimana hal itu dipersepsikan dalam masyarakat, dan seberapa baik mereka mengetahui perasaan mereka. Budaya mengendalikan perilaku manusia. Ini terdiri dari seperangkat pola perilaku yang diwariskan dan dijunjung tinggi oleh anggota masyarakat tertentu melalui berbagai cara. dimensi atau indikator faktor budaya seperti:

a. Budaya

Faktor fundamental dalam menentukan keinginan dan tindakan adalah budaya. Budaya merupakan faktor mendasar dalam bagaimana konsumen berinteraksi dengan institusi lain untuk memperoleh nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku.³⁸

Temuan yang peneliti dapatkan berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM di lingkungan informan sebesar 100% sudah menjadi kebiasaan dalam lingkungannya menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM untuk merawat diri, meskipun begitu masih banyak yang menggunakan kosmetik yang berlabel BPOM yang juga sudah menjadi kebiasaan dalam lingkungan tersebut tergantung kecocokan pada produk yang mereka gunakan baik berlabel BPOM ataupun sebaliknya.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas temuan yang peneliti temukan mengenai sejak kapan kebiasaan dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM di lingkungan informan sebesar 100% informan tidak mengetahui dengan pasti sejak kapan di lingkungannya menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM menjadi

³⁸ Firmansyah Tonda Tuhu Setya Ning Tyas Muh.Raditty Hanif F, "Literatur Review Determinasi Perilaku Konsumen: Ke budayaan,Sosial Dan Pribadi." 2022

suatu kebiasaan karena mereka tidak bisa memberikan jawaban yang pasti sejak tahun berapa, hanya dapat melihat ibu-ibu di lingkungannya yang wajahnya berflek yang katanya efek dari penggunaan kosmetiknya dulu pada saat masih usia remaja, dimana kosmetik pada masa itu banyak mengandung alkohol untuk tonernya yang membuat kulit wajah terkelupas sehingga di usia tua efeknya baru terlihat.

Temuan yang ditemukan peneliti berdasarkan pada tabel 4.7 di atas, terdapat respon orang-orang dilingkungan terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM sebesar 95% memberikan pendapat yang positif keran produknya dapat cepat memberikan hasil pemakaiannya seperti memutihkan, menghilangkan jerawat, mengatasi masalah kulit sehingga dapat membuat penampilan lebih menarik, dilihat dari harganya juga tidak menguras kantong dan terjangkau. sedangkan 1 orang atau sebesar 5% menjawab “Berbahaya” menurutnya kosmetik yang tidak BPOM mengandung merkuri yang dapat merusak kulit, meskipun khasitnya juga memberikan hasil yang diinginkan tetapi tidak aman digunakan dalam jangka waktu yang panjang.

Ternyata dalam lingkungan informan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM sudah menjadi suatu kebiasaan dalam lingkungan, namun kosmetik yang berlabel BPOM juga menjadi kebiasaan di lingkungan tersebut yang menjadi kebutuhan yang wajib bagi kaum wanita untuk terlihat lebih menarik, yang diamana wanita sangat memperhatikan perawatan kulitnya untuk terlihat lebih bersih dan putih. Penggunaan kosmetik tidak BPOM di lingkungan tersebut berdasarkan data yang ada tidak diketahui lebih pasti sejak tahun berapa mulai

menjadi kebiasaan dalam lingkungan tersebut digunakan. Masyarakat gunakan untuk menunjang penampilannya dimana hanya dapat melihat efek dari penggunaan kosmetik pada ibu-ibu yang katanya dampak dari pemakaian kosmetiknya dulu yang mereka gunakan sebagai perawatan kulitnya sehingga di usia tuanya baru terlihat efek dari penggunaan kosmetiknya. Begitupun dengan pendapat orang-orang dilingkungan informan ternyata mereka memiliki persepsi yang positif terhadap penggunaan kosmetik yang tidak berlabel BPOM karena mereka hanya cenderung melihat kualitas produknya yang dapat memberikan hasil yang memuaskan tanpa memikirkan bahaya sesungguhnya terhadap penggunaan produk tersebut. Sebaiknya sebagai konsumen baik itu penggunaan produk ataupun jasa harus lebih memperhatikan lebih jauh lagi dampak negatif yang dapat ditimbulkan terhadap penggunaan produk atau pun jasa sehingga tidak dapat merugikan baik dalam bentuk finansial.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah sekelompok orang yang dapat mempengaruhi perilaku satu sama lain ketika mereka melakukan hal-hal yang menjadi rutinitas. Peran keluarga, status, dan kelompok referensi adalah contoh dari faktor sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial berikut mendominasi

a. Kelompok acuan

Kelompok referensi mereka terdiri dari setiap dan semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. seperti kelompok agama, teman, tetangga, dan rekan kerja,

yang menjadi contoh bagi orang lain tentang cara bertindak dan berperilaku, termasuk cara berbelanja.³⁹

Temuan yang peneliti temukan berdasarkan data di sajikan pada tabel 4.8 di atas, 95% informan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena di sarankan atau direkomendasikan oleh teman sepergaulannya dengan melihat hasil pemakaiannya yang memuaskan sehingga memutuskan untuk menggunakan dan melakukan pembelian pada produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut, sedangkan 5% menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena keinginan sendiri untuk menggunakan kosmetik tidak ber BPOM.

Banyak kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung ataupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Berdasarkan teori di atas terdapat kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dari banyaknya kelompok acuan yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Ternyata mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM mendapatkan pengaruh dari kelompok pertemanan yang dapat mempengaruhinya untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM dengan memperlihatkan hasil pemakaiannya dan juga melihat testi yang beredar dimana-mana terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut. Meskipun begitu terdapat banyaknya kelompok yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku seseorang tetapi terdapat 5% mahasiswi manajemen bisnis

³⁹ M.Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)*., Jurnal Agaro, Vol. 5 No.,2018

syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM karena keinginan sendiri untuk menggunakannya.

b. Keluarga

Lingkungan utama seseorang adalah keluarganya, yang meliputi ayah, ibu, dan anak-anaknya. dimana anggota keluarga mempengaruhi satu sama lain untuk membuat keputusan.⁴⁰

Temuan yang peneliti temukan berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.9 di atas, 95% informan yang tidak di sarankan orang tua untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena orang tua informan masih kurang pengetahuannya tentang produk kosmetik tidak ber BPOM, dan juga terdapat orang tua informan yang tidak menyarankan menggunakan kosmetik tidak ber BPOM karena kosmetik yang tidak memiliki izin edar mempunyai kandungan merkuri yang dapat merusak kuli. Meskipun tidak mendapatkan saran bahkan orang tuanya melarang menggunakannya tetapi tetap menggunakan karena lebih mengutamakan hasil pemakainnya sehingga tidak memikirkan bahayanya.

Temuan yang ditemukan peneliti 5% dari jumlah persentase 100% informan mendapatkan saran dari orang tuanya untuk menggunakannya karena orang tuanya juga menggunakannya dan hasilnya bagus sehingga menyarankan untuk menggunakannya juga. Sedangkan informan yang tidak pernah mendapatkan saran untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM dari saudaranya dapat terlihat pada tabel 4.10 sebesar 75% karena menurutnya dalam penggunaan kosmetik baik yang berlabel BPOM ataupun tidak kembali lagi ke masing-masing

⁴⁰ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen.*, Jurnal Agaro, Vol. 5 No.,2018

orang yang mau menggunakan kosmetik apa saja tergantung kecocokan pada kulit setiap orang, meskipun tidak mendapatkan saran dari saudaranya tetapi tetap menggunakan karena sudah merasa cocok.

Hal ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya yang dikutip oleh Neneng Siti Silfi Ambarwati dkk yang menyatakan bahwa sub faktor kelompok referensi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian sebelumnya oleh Firmansyah Tonda et al. menyatakan bahwa faktor sosial mempengaruhi perilaku konsumen.⁴¹

Keluarga merupakan kelompok yang paling berpengaruh terhadap perilaku seseorang yang saling mempengaruhi satu sama lain. Ternyata dalam keluarga informan yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut tidak mendapatkan pengaruh dari orang dalam melakukan pembelian produk kosmetik berlabel BPOM. Meskipun begitu mereka tetap menggunakannya karena adanya rasa percaya terhadap produk tersebut dapat memberikan hasil yang memuaskan dan juga karena adanya rekomendasi dari teman sehingga memutuskan untuk menggunakan dan melakukan pembelian, begitupun dengan pengaruh dari saudaranya yang 75% tidak mendapatkan saran untuk menggunakannya, berbeda dengan 25% informan yang pernah mendapatkan rekomendasi atau saran dari saudaranya dengan mengiming-imingkan untuk cepat terlihat glowing.

⁴¹ Nindya Dwiana Putri1, Nurina Ayuningtyas, "Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetik Perawatan Wajah." 2020

3 Faktor Pribadi

Faktor pribadi juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Dimana dalam suatu karakteristik individu dari setiap orang berdampak pada keputusan pembelian. Faktor personal adalah pola perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekatnya pada saat mengambil keputusan dan kemudian bertindak. Usia, tahapan kehidupan, pekerjaan dan keadaan keuangan, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri adalah contoh karakteristik pribadi.

a. Usia dan Tahap Siklus

Menurut Welles dan Gubar, tahapan siklus hidup keluarga juga mempengaruhi konsumsi seseorang. Perubahan pendapatan dan pembelian barang dan jasa terjadi pada setiap tahapan siklus, dan setiap aktivitas konsumsi dapat dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga. bagaimana usia memengaruhi preferensi untuk makanan, pakaian, dan barang-barang lainnya.⁴²

Temuan peneliti mengenai usia dan tahapan siklus diri mahasiswa manajemen bisnis syariah yang menggunakan atau melakukan pembelian pada produk kosmetik tidak berlabel BPOM sesuai dengan usia kebutuhannya, dapat dilihat pada tabel 4.11 di atas sebesar 80% yang menyatakan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM sudah sesuai dengan usia kebutuhannya dimana di umurnya tersebut sudah membutuhkan perawatan kecantikan dengan menggunakan kosmetik meskipun kosmetik tidak berlabel BPOM sekalipun untuk menunjang penampilannya, sedangkan 20% yang mengatakan mereka menggunakan

⁴² Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran Akuntansi-1, Unpam : Tangerang, .2020*

kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut tidak sesuai dengan usia kebutuhannya menurutnya menggunakan kosmetik tidak BPOM juga hanya sekedar mencoba saja karena rekomendasi dari teman, tanpa memikirkan apakah usianya tersebut belum waktunya untuk menggunakan kosmetik yang mengandung merkuri, seharusnya menggunakan produk yang aman digunakan tetapi karena sudah menggunakannya dan ada perubahan saat menggunakannya jadi tetap melanjutkan pemakaiannya.

Pembelian dibentuk oleh usia dan kebutuhan sehingga lebih memperhatikan perubahan minat pembelian yang berhubungan dengan siklus hidup manusia. Pada masa remaja terjadi perubahan sikap dan perilaku seseorang terhadap perubahan, yang dimana informan semakin membutuhkan produk-produk yang berkualitas dengan mutu yang lebih baik dan juga bernilai bagi konsumen itu sendiri. Wanita pada umumnya sangat peduli dengan penampilan dan kecantikannya hal tersebut didukung oleh banyaknya produk kecantikan yang menawarkan khasiat dan efek yang menjanjikan termasuk pada kosmetik tidak berlabel BPOM yang menjadi salah produk kecantikan.

Informan sebesar 80 persen menggunakan kosmetik yang tidak berlabel sebagai kebutuhan perawatan kecantikannya mereka gunakan sesuai dengan usia dan tahap siklusnya, meskipun terdapat 20% dari jumlah persentase 100% menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM bukan karena kebutuhan di usianya tersebut yang menggunakan kosmetik yang tidak aman digunakan dapat merusak kesehatan kulit tetapi dengan melihat perubahan pada pemakaiannya sehingga tetap memutuskan untuk menggunakannya meskipun bukan menjadi kebutuhan

kosmetiknnya di usianya tersebut. Kebutuhan dan selera setiap orang akan berubah sesuai dengan bertambahnya usia dan melakukan pembelian akan suatu produk ataupun jasa yang berbeda sepanjang hidupnya.

b. Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Pekerjaan juga dapat berdampak pada pola konsumsi, pekerjaan, dan keadaan ekonomi seseorang. Karyawan mengidentifikasi kelompok pekerja yang lebih tertarik pada produk dan layanan daripada rata-rata pekerja. Biasanya, keadaan ekonomi seseorang, yang meliputi pendapatan yang dimiliki, tabungan, utang, dan sikap terhadap pembelanjaan atau tabungan, digunakan untuk membuat keputusan pembelian.⁴³

Peneliti menemukan dalam penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM memengaruhi pembelian pada kosmetik tidak berlabel BPOM. Dapat dilihat pada tabel 4.12 terdapat 80% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM memberikan respon keadaan ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan keadaan ekonominya cukup dalam memenuhi kebutuhan primernya, meskipun begitu keadaan ekonominya tetap berpengaruh karena mereka yang berstatus mahasiswi yang belum memiliki penghasilan sendiri hanya mengharapkan uang saku dari orang tua ataupun kerabat dalam memenuhi kebutuhan kosmetiknya sekalipun. 20% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menyatakan tidak berpengaruh meskipun mereka dari keluarga yang ekonominya cukup dalam memenuhi kebutuhannya tetapi tidak menjadi pengaruh untuk melakukan pembelian karena mereka lebih

⁴³ Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran Akuntansi-1, Unpam : Tangerang, .2020.*

memprioritaskan kebutuhan kosmetiknya yang sudah menjadi suatu hal yang wajib terpenuhi bisa dikatakan sudah merasa ketergantungan terhadap produk kosmetik tersebut.

Pekerjaan berkaitan dengan keadaan ekonomi, bila pendapatan seseorang tidak mampu mencukupinya maka keadaan ekonominya akan cenderung buruk sehingga hal tersebut dapat memengaruhi perilaku seseorang. Ternyata 80% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM keadaan ekonominya berpengaruh terhadap keputusan pembelian meskipun mereka dari keluarga yang cukup dalam memenuhi kebutuhannya. Mereka akan melakukan pembelian dengan melihat situasi keuangan yang ada apakah akan memungkinkan untuk melakukan pembelian ataupun sebaliknya yang dilihat dari statusnya masih sebagai mahasiswi yang tidak memiliki penghasilan masih bergantung kepada orang tua. Sedangkan 20% nya tersebut ternyata keadaan ekonominya tidak memengaruhi keputusan pembeliannya meskipun mereka juga berasal dari keluarga yang ekonominya cukup atau menengah karena mereka lebih memprioritaskan kebutuhan kosmetiknya sebagai kebutuhan yang wajib terpenuhi karena sudah merasa ketergantungan meskipun keadaan ekonominya memburuk atau pun sebaliknya tidak menjadi pengaruh terhadap pembeliannya.

c. Gaya hidup

Pola hidup seseorang adalah gaya hidupnya yang tercermin dari aktivitas, minat, dan pendapatannya. Gaya hidup mengacu pada bagaimana seseorang

berinteraksi dengan lingkungannya secara keseluruhan. Kelas seseorang juga tercermin dari gaya hidupnya.⁴⁴

Temuan yang ditemukan peneliti dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM dapat mencerminkan gaya hidup mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak ber BPOM tersebut berdasarkan tabel 4.13 di atas sebesar 100% informan yang mencerminkan gaya hidup mereka dimana melakukan perawatan kulit merupakan hal yang wajib. Merawat diri sudah menjadi hal yang paling diminati atau disukai untuk menunjang suatu penampilannya dalam menjalani kesehari-hariannya yang simpel dan sederhana dalam menggunakan suatu produk maupun jasa yang dapat memberikan manfaat yang maksimal dan juga sesuai harganya yang terjangkau. Harga tersebut sesuai dengan pendapatannya yang masih bestatus sebagai mahasiswi yang hanya mendapatkan uang saku dari orang tua.

Seiring dengan perkembangan zaman di industri kosmetik dimana jenis produk kosmetik semakin berkembang dengan banyaknya merek yang bersaing baik itu produk kosmetik yang sudah memiliki label BPOM ataupun tidak memiliki label BPOM. Wanita selalu ingin tampil cantik dan menarik dengan penggunaan kosmetik berdasarkan naluri alaminya untuk ingin terlihat menarik untuk meningkatkan penampilannya, yang dimana setiap terjadi peningkatan gaya hidup seseorang akan meningkatkan keputusan pembelian apabila mengikuti perubahan zaman yang semakin modern sehingga orang-orang akan berlomba untuk mengikuti tren gaya hidup.

⁴⁴ Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran Akuntansi-I, Unpam : Tangerang, .2020*

Gaya hidup mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak ber BPOM 100% dapat mencerminkan gaya hidupnya yang sederhana dalam menggunakan kosmetik sebagai bahan perawatan kecantikannya yang memberikan manfaat yang maksimal dan mempunyai harga yang terjangkau. Meskipun mengetahui bahwa efek dari penggunaannya tersebut dapat merusak kulit seperti kulit menjadi iritasi, alergi dan perubahan warna kulit, bintik hitam hal tersebut tidak menjadi pengaruh untuk tetap menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena sudah puas dengan hasil pemakaiannya yang mereka harapkan untuk tampil lebih menarik dengan hasil pemakaiannya yang dapat terlihat lebih putih, terhindar dari jerawat dan mengatasi penuaan dini, sehingga informan tidak memperdulikan dampak tersebut karena hanya fokus terhadap hasil pemakaiannya dan juga gaya hidup trend yang menjadi prioritas utama wanita untuk terlihat lebih menarik dan cantik tanpa memikirkan bahaya dari penggunaan produk yang tidak memiliki izin edar atau tidak berlabel BPOM sangat berbahaya dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Kepribadian dan konsep diri

Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh kepribadian dan konsep diri setiap orang yang berbeda. Kepribadian seseorang dapat dianggap sebagai pola sifat individu yang dapat mempengaruhi bagaimana mereka menanggapi tindakan orang lain. Sementara itu, atau citra diri, ada dua bagian: konsep diri ideal, atau bagaimana dia memandang dirinya, dan konsep diri menurut orang lain, atau bagaimana orang lain memandang dirinya.⁴⁵

⁴⁵ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen. Jurnal Agaro*, Vol. 5 No., 2018

Temuan yang peneliti temukan berdasarkan kepercayaan diri yang dimiliki mahasiswi manajemen bisnis syariah dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM, berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat 100% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM ketika menggunakan produk tersebut memiliki kepribadian yang percaya diri karena hasil pemakaiannya sesuai dengan apa yang diharapkan, memuaskan sehingga dapat menunjang penampilannya yang lebih menarik untuk dirinya sendiri ataupun lingkungan sekitar sehingga memutuskan untuk tetap melakukan pembelian pada produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut.

Ternyata kepercayaan diri yang dimiliki informan ketika menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM memiliki rasa percaya diri yang tinggi yang dimana yakin akan kualitas produk yang mereka gunakan dapat memberikan hasil yang positif untuk dirinya sendiri begitupun lingkungan sekitarnya.

Temuan yang peneliti temukan dalam konsep diri Mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM memandang dirinya sebagai pengguna kosmetik tersebut dapat terlihat pada tabel 4.15 sebesar 80% menyatakan pandangannya terhadap dirinya bagus karena sudah merasa puas dengan hasil pemakaiannya, dan juga terdapat 20% yang menyatakan tidak bagus karena menurutnya yang instan hasilnya tidak baik dapat menimbulkan dampak buruk pada kulit setelah tidak menggunakannya, meskipun pendapatnya begitu tetapi tetap memilih untuk menggunakannya karena sudah merasa cocok.

Konsep diri terhadap pendapatnya mengenai pandangan orang lain terhadap dirinya sebagai pengguna kosmetik tidak BPOM terdapat pada tabel 4.15 sebesar

95% tidak memperdulikan perkataan orang lain terhadapnya sebagai pengguna kosmetik tidak BPOM karena lebih mengutamakan hasil dan kecocokannya terhadap produk kosmetik meskipun tidak berlabel BPOM, sedangkan 5% memperdulikan pendapat orang lain yang mengatakan kandungannya dapat merusak kulit apalagi dalam jangka panjang, meskipun memperdulikan tetap saja menggunakannya karena adanya kecocokan pada kosmetik tidak BPOM itu.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Oktavia Ardila firdaus, faktor personal yang meliputi kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri mempengaruhi perilaku konsumen saat membeli kosmetik yang tidak berlabel BPOM. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Neneng Siti Silfi Ambarwati yang menemukan bahwa faktor personal juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik. Ketika datang ke keputusan pembelian konsumen, faktor-faktor seperti usia, pekerjaan, dan cara hidup seseorang akan dipertimbangkan. Usia, pekerjaan, dan cara hidup semuanya memainkan peran besar dalam memutuskan produk mana yang akan dibeli, dan karena aspek pekerjaan dan cara hidup seseorang terkait erat dengan situasi keuangan seseorang, hal ini akan diperhitungkan saat memilih produk berdasarkan kemampuan seseorang dalam tingkat keuangannya.⁴⁶

Konsep diripada mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM dimana terdapat konsep dirinya memandang diri sendiri sebagai pengguna produk dan juga terdapat konspe dirinya terhadap orang lain

⁴⁶ Oktavia Ardila Firdaus, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Bpom Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Arisan Desa Pelang Kidul Kabupaten Ngawi) Skripsi Oleh: Oktavia Ardila Firdaus," *Ekonomi, Jurusan Fakultas, Syariah Dan, Ekonomi Islam, Bisnis*, 2021.

yang memandang diringan sebagai pengguna hal tersebut dapat menjadi pengaruh terhadap perilaku seseorang dimana seseorang yang memandang dirinya negatif ketika menggunakan produk ataupun jasa tentu akan memengaruhi perilaku dalam melakukan pembelian begitupun sebaliknya, sedangkan konsep diri terhadap orang lain yang memandangnya sebagai pengguna suatu produk sekalipun kosmetik tidak berlabel BPOM yang mereka gunakan tetapi jika mereka lebih memfokuskan ke hasil dan kualitas produknya yang dapat memberikan hasil yang instan, dapat mengatasi penuaan dini, menghilangkan jerawat dan mengatasi kulit yang kusam sehingga hal tersebut menjadi sesuatu yang informan utamakan karena mereka menganggap bahwa penggunaan kosmetiknya sesuai dengan kecocokan pada produk tersebut sehingga tidak memperdulika bahaya negatifnya yang dapat memicu kerusakan pada kulit misalkan dapat menimbulkan kulit menjadi iritasi, alergi bintik-bintik hitam dll karena sudah terlena dengan hasil pemakaiannya yang memuaskan.

4. Faktor psikologis

a. Motivasi.

Motivasion merupakan serangkaian sikap dan nilai-nilai yang menjadi dorongan yang ada dalam diri manusia untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuab individu. faktor atau pengaruh yang dapat mendorong orang untuk melakukan pembelian adalah salah satu yang dapat mempengaruhi motivasi untuk membeli.⁴⁷

⁴⁷ M.Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)*. Jurnal Agaro, Vol 5 No., 2018

Temuan yang ditemukan peneliti mengenai motivasi mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM dalam menggunakan kosmetik tersebut berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat dilihat 85% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena semata-mata untuk terlihat glowing dan juga untuk mengatasi masalah kulitnya seperti kulit yang berjerawat, kusam, dan gelap, agar terlihat lebih menarik untuk menunjang penampilannya, tetapi terdapat 15% yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut hanya karena sekedar mencobanya saja juga karena saran dari teman, meskipun hanya sekedar coba-coba tetapi tetap menggunakannya karena sudah terlena dengan hasil pemakaiannya

Ternyata informan sebesar 85% menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena memiliki motivasi yang kuat yang dimiliki untuk terlihat lebih menarik dan glowing dan juga untuk menghilangkan masalah yang ada pada kulit mereka, dengan begitu informan mendapatkan motivasi atau dorongan yang tinggi untuk melakukan pembelian begitupun sebaliknya jika motivasi yang dimiliki kurang tentu akan membuat seseorang kurang tertarik dalam melakukan pembelian. Dalam hal ini motivasi yang dapat memberikan dorongan yang kuat terhadap informan dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena manfaat atau dampak positif dari produk tersebut yang dapat memberikan hasil yang diinginkan oleh wanita yang ingin terlihat menarik seperti terlihat lebih putih bersih, menghilangkan jerawat, mengatasi kulit kusam, dan tentunya ingin terlihat glowing tanpa memikirkan bagaimana bahaya dan kandungan dari produk

kosmetik yang tidak memiliki label BPOM yang tentunya tidak aman digunakan dan dapat merusak kesehatan kulit seperti halnya membuat kulit alergi, iritasi dan bintik-bintik hitam tetapi informan tidak memperhatikan dampak negatif dari produk yang tidak memiliki izin edar atau label BPOM tersebut hanya mengutamakan hasil pemakaiannya.

b. Persepsi

Persepsi merupakan hasil tanggapan atau pemaknaan langsung dari sesuatu atau Proses seseorang terhadap stimulus atau kejadian yang diterimanya merupakan hasil dari informasi dan pengalaman dari stimulus tersebut. Persepsi adalah hasil tanggapan atau makna langsung dari sesuatu.⁴⁸

Temuan yang ditemukan oleh peneliti mengenai persepsi, tanggapan, atau pemaknaan terhadap suatu produk kosmetik tidak berlabel BPOM berdasarkan proses yang mereka alami dalam menggunakan kosmetik tidak ber BPOM sebelum dan sesudah menggunakannya. Berdasarkan tabel 2.18 di atas informan sebelum menggunakannya sebesar 90% yang menyatakan kualitas produknya bagus karena melihat hasil pemakaian orang lain termasuk teman sepeergaulannya sendiri yang memuaskan, sedangkan 10% sebelum menggunakan yang menyatakan bahwa kualitas produknya tidak bagus karena kosmetik tidak memiliki izin edar tentu mengandung bahan berbahaya tetapi tetap memilih menggunakannya dan melakukan pembelian.

Temuan yang ditemukan setelah menggunakan terdapat 85% mahasiswa manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM

⁴⁸ M. Anang Firmansyah. , Perilaku Konsumen, (*Perilaku Konsumen*) Jurnal Agaro, Vol. 5 No., 2018

menyatakan kualitas produknya bagus dengan membuktikannya dengan hasil pemakaiannya sendiri, sedangkan 15% yang memberikan respon negatif dimana kualitas produknya tidak bagus karena hasil pemakaiannya kurang memuaskan dan kadang membuat kulitnya breakout dan susah untuk menyembuhkannya tetapi tetap menggunakan karena efek penggunaannya kalau berhenti pemakaiannya kemungkinan besar akan semakin membuat kulit semakin rusak.

Berdasarkan teori diatas dimana persepsi merupakan hasil tanggapan atau pemaknaan langsung dari suatu proses seseorang terhadap sesuatu yang mereka alami dimana informan tersebut memberikan persepsinya terhadap kosmetik tidak berlabel BPOM berdasarkan apa yang mereka alami. Ternyata informan sebesar 90% sebelum menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM memiliki persepsi positif terhadap kualitas produk kosmetik yang tidak berlabel tersebut dan 10 persennya memiliki persepsi yang sebaliknya.

Informan yang mempunyai persepsi yang positif terhadap kosmetik yang tidak BPOM dengan melihat manfaat dari produk tersebut seperti dapat memberikan hasil yang instal cepat memutihkan, menghilangkan jerawat dan mengatasi masalah pada kulit tanpa memikirkan bahwa bahaya dari penggunaan kosmetik tersebut dapat memberikan dampak negatif terhadap kesehatan kulit seperti alergi, iritasi kulit dan dapat menimbulkan flek hitam, meskipun begitu informan tidak memperhatikan hal tersebut karena lebih menutamakan manfaat atau hasil dari pemakaiannya, sehingga informan membuktikan dengan hasil pemakaiannya ternyata kualitas produk tidak berlabel BPOM tersebut 85% sesuai dengan apa yang mereka harapkan dapat memberikan hasil yang memuaskan.

Informan dengan jumlah 15 persennya memiliki persepsi yang negatif karena tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan meskipun begitu informan tersebut tetap menggunakannya meskipun tidak sesuai dengan hasil yang mereka inginkan karena pemakaian kosmetik yang mengandung merkuri apabila tidak memiliki kecocokan pada kulit akan memberikan hasil yang tidak baik terhadap kesehatan kulit tetapi besar kemungkinan setelah tidak menggunakan kosmetik tersebut akan lebih memberikan kerusakan pada kulit yang lebih parah lagi, tetapi tergantung dari reaksi pemakaian kosmetik tidak ber BPOM setiap orang.

c. Pengetahuan

Temuan yang ditemukan peneliti mengenai pengetahuan mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM terhadap produk kosmetik tidak ber BPOM dapat memengaruhi perilaku pembelinya, dapat dilihat pada tabel 4.19 sebesar 85% mahasiswi manajemen bisnis syariah memiliki pengetahuan terhadap suatu produk kosmetik yang tidak ber BPOM seperti halnya dalam kandungan kosmetik yang tidak memiliki label BPOM terdapat kandungan yang berbahaya dan dapat memicu permasalahan pada kulit misalkan bintik-bintik pada kulit, menimbulkan jerawat, dan membuat kulit menjadi iritasi pada penggunaan jangka panjang dan juga karena ketidakcocokan terhadap produknya, tidak lepas dari khasiatnya yang dapat memutihkan, menghilangkan jerawat, mengatasi kulit kusam dan menunda penuaan dini tetapi semua tergantung kecocokan kulit setiap orang yang menggunakannya, sehingga mereka memustkan untuk menggunakan dan melakukan pembelian pada produk tersebut.

Informan yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM sebesar 15% pengetahuannya cukup tentang produk tersebut karena hanya mendapatkan rekomendasi dari teman tanpa mengetahui lebih jauh mengenai kandungan dan bahaya yang dapat ditimbulkan, tetapi tetap menggunakan dan melakukan pembelian karena hasil pemakaiannya yang memuaskan. Sedangkan mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM sebesar 100% tidak karena adanya pengalaman sebelumnya karena sebelumnya mereka hanya menggunakan kosmetik yang berlabel BPOM yang aman digunakan. Hal tersebut didukung oleh teori yang menyatakan pengetahuan seseorang akan tumbuh sebagai hasil dari tindakan mereka. Sebagian besar tingkah laku manusia merupakan hasil belajar, yang meliputi perubahan tingkah laku yang dibawa oleh suatu pengalaman. seseorang berubah sebagai hasil dari pengalaman selama proses belajar.⁴⁹

Ternyata Informan memiliki pengetahuan yang banyak mengenai produk kosmetik tidak berlabel BPOM baik dari segi bahan kandungannya, bahayanya, dan juga manfaatnya sehingga mereka memilih dan yakin terhadap produk tersebut dapat memberikan hasil yang mereka inginkan sehingga mereka memutuskan untuk melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM meskipun mereka melakukan pembelian tanpa adanya pengalaman sebelumnya terhadap penggunaan kosmetik tidak ber BPOM. Berdasarkan teori diatas

⁴⁹ Muzakar Isa Et Al., "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta," *Jurnal Manajemen Daya Saing* 21, No. 2 (January 22, 2020): 98–110, <https://doi.org/10.23917/DAYASAING.V21I2.9326>

pengetahuan seseorang akan timbul sebagai hasil tindakan mereka, ketika seseorang memiliki pengetahuan yang banyak tentang suatu produk ataupun jasa maka konsumen akan lebih yakin dalam mengambil keputusan dalam melakukan pembelian barang ataupun jasa

Adapun kandungan yang terdapat pada kosmetik yang tidak memiliki izin edar atau tidak terdapat label BPOM seperti terdapat kandungan merkuri yang berlebihan yang dapat memicu kerusakan pada kulit seperti iritasi pada kulit, menimbulkan flek hitam, alergi dan perubahan pada warna kulit. Selain itu, sebagian besar bahan tambang berpotensi merusak ginjal dan sistem saraf otak secara permanen, sedangkan merkuri dapat membahayakan ginjal dan menyebabkan muntah dan diare bila terkena dosis tinggi dalam waktu singkat. Selain itu, produk berbahan dasar merkuri ini diklaim dapat mengatasi jerawat, kulit kering, gelap, dan penuaan dini, mampu membuat wajah lebih glowing merupakan salah satu istilah yang menonjol.

d. Keyakinan dan sikap

Sikap seseorang adalah penilaian yang mereka miliki dalam diri mereka sendiri atau kecenderungan yang dipelajari untuk secara konsisten bereaksi positif atau negatif terhadap suatu produk. Keyakinan seseorang terhadap nilai-nilai tertentu, sebaliknya, akan berdampak pada cara mereka bertindak.⁵⁰

Temuan yang ditemukan oleh peneliti mengenai keyakinan dan sikap mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tersebut

⁵⁰ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen)*. Jurnal Agaro. Vol. 5 No., 2018

terhadap penggunaan kosmetik yang tidak berlabel BPOM dimana suatu keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk mempengaruhi perilakunya berdasarkan tabel 4.21 di atas dapat dilihat bahwa keyakinan mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut sebesar 90% yakin terhadap produknya akan memberikan hasil yang memuaskan setelah melihat testi dimana-mana tentang produk kosmetik tersebut dan membuktikan keyakinannya terhadap produk itu dapat memberikan hasil yang memuaskan dan terbukti setelah mereka menggunakannya, sedangkan 10% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM yang tidak yakin terhadap produk kosmetik tidak BPOM dapat memberikan hasil yang memuaskan karena sebelumnya belum pernah menggunakan kosmetik yang tidak BPOM dan juga karena merasa takut tidak cocok dengan produknya tetapi tetap menggunakannya karena sudah merasa cocok dengan melihat hasil pemakaiannya.

Sedangkan sikap mereka terhadap penggunaan kosmetik tidak BPOM dapat dilihat pada tabel 4.22 di atas, terdapat 85% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM memberikan sikap yang baik terhadap penggunaan produk kosmetik tidak ber BPOM berdasarkan apa yang mereka rasakan dengan melihat hasil pemakai kosmetik tidak BPOM tersebut yang memuaskan cepat dalam memutihkan meskipun sangat berbahaya terhadap kesehatan kulit. Sedangkan 15% mahasiswi manajemen bisnis syariah yang menggunakan kosmetik tidak BPOM memberikan respon yang tidak baik karena setelah menggunakannya dengan cukup lama akan membuat kulit wajah

berjerawat dan dapat merusak kulit jika tidak cocok dengan produknya tetapi mahasiswi yang memberikan respon yang tidak baik terhadap kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut masih menggunakannya meskipun sudah mengetahui dampak dari penggunaannya.

Menurut penelitian Fathor dan Lilis sebelumnya, faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang, dengan motivasi dan pengetahuan muncul sebagai sub faktor yang berpengaruh signifikan. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Oktavia Ardilla Firdaus yang menyatakan bahwa sub faktor motivasi, keyakinan, dan sikap juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian kosmetik yang tidak bertanda BPOM.⁵¹

Ternyata informan yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM memiliki keyakinan dan sikap yang baik terhadap produk kosmetik tidak berlabel BPOM. Informan yakin terhadap produk kosmetik tersebut dapat memberikan hasil yang memuaskan jika mereka menggunakannya dan didukung oleh adanya testimoni yang beredar dimana-mana yang dapat mereka lihat secara tidak langsung, maupun secara langsung yang semakin membuat informan memutuskan untuk menggunakan dan melakukan pembelian pada produk kosmetik tidak berlabel BPOM.

Meskipun informan tahu bahwa kosmetik yang tanpa memiliki izin edar tentu memiliki kandungan yang berbahaya dapat merusak kesehatan kulit seperti

⁵¹ Nindya Dwiana Putri1, Nurina Ayuningtyas, "Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetik Perawatan Wajah." 2020

iritasi, alergi, memnimbulka flek hitam, dan juga kandungan merkurnya dapat membahayakan ginjal dan menyebabkan munta dan diare bila terkena dosis tinggi dalam waktu singkat. Selain itu merkuri juga tentunya zat yang dapat menyebabkan kanker sehingga kandungan dari merkuri yang berlebihan harus di hindari untuk digunakan tetapi karena lebih mengutamakan hasil dari pemakainnya sehingga mengabaikan dampak negatif terhadap penggunaan kosmetik yang tidak memiliki label BPOM.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen mahasiwi dalam melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

Faktor budaya terdapat 20 atau 100% informan yang telah menyatakan membudaya bahkan semuanya menyatakan tidak tahun sejak kapan kosmetik tidak berlabel BPOM mulai digunakan, kemudian masyarakat berasumsi bahwa penggunaan kosmetik tidak BPOM sudah sangat baik dalam memutihkan walaupun kemungkinan ada dampak negatifnya, tetapi mereka belum melihat secara nyata dampak negatif tersebut.

Faktor sosial dalam kelompok acuan terdapat 95% informan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena mendapatkan saran atau rekomendasi dari teman dan dan juga berdsarkan keinginanya sendiri, tetapi faktor sosial dalam keluarga keluarga terdapat 95% orang tua tidak menyarankan, begitupun dengan saudari 75% tidak menyarankan untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM.

Faktor pribadi dalam usia dan tahap siklus terdapat 80% yang menyatakan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhannya dalam perawatan kecantikannya, faktor pribadi dalam keadaan

ekonomi meskipun memiliki ekonomi yang cukup tetapi dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian terdapat 80% yang menyatakan ekonomi memengaruhi konsumen terhadap pembelianya, faktor pribadi dalam gaya hidup ternyata 20 atau 100% menggunakan kosmetik tidak ber BPOM dapat mencerminkan gaya hidupnya yang sederhana dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya. Faktor sosial dalam kepribadian dan konsep diri 100% informan memiliki rasa percaya diri ketika menggunakan karena kosmetik tidak ber BPOM dapat memberikan hasil yang memuaskan untuk terlihat menarik di depan orang lain, begitupun dengan konsep diri yang dimiliki informan terhadap diri sendiri sebagai penggunaan kosmetik tidak ber BPOM sebesar 80% memiliki pandangan yang baik karena dapat memberikan hasil pemakaian yang diinginkan, sedangkan untuk pendapat informan terhadap pendapat orang lain yang memandang mereka sebagai penggunaan kosmetik tidak BPOM 95% yang menyatakan tidak memperdulikan pendapat orang lain karena hanya mereka hanya mengutamakan hasil pemakaiannya sehingga mengabaikan dampak negatif dari penggunaannya.

Faktor psikologis dalam motivasi terdapat 85% informan yang menyatakan menggunakan kosmetik tidak ber BPOM karena ingin terlihat glowing, dan bersih meskipun juga ada yang menggunakannya karena sekedar coba-coba saja, faktor psikologis dalam persepsi terdapat kosmetik tidak berlabel BPOM sebesar 90% informan yang menyatakan kualitas produknya bagus karena dapat memberikan hasil yang memuaskan sebelum menggunakannya tetapi setelah menggunakannya 85% yang menyatakan kualitas produknya tidak bagus karena tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, faktor sosial dalam pengetahuan terdapat 85% informan

menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena mereka memiliki pengetahuan yang banyak terhadap kosmetik tersebut baik dari segi kandungan, bahaya dan manfaat sehingga dapat memengaruhi dalam melakukan pembelian, informan juga tidak melakukan pembelian karena pengalaman sebelumnya, sedangkan faktor psikologis dalam keyakinan dan sikap informan memiliki keyakinan 90% terhadap produk kosmetik tidak berlabel BPOM dapat memberikan hasil pemakaian yang memuaskan, sedangkan sikap informan terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM sebesar 85% yang memiliki sikap berdasarkan apa yang mereka rasakan dengan hasil pemakaiannya meskipun sangat berbahaya terhadap kesehatan kulit.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis memberikan saran sebagai pertimbangan dalam hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- **Bagi Pemerintah**
Bagi pemerintah di harapkan untuk melakukan pengawasan secara luas dan mendalam lagi mengenai produk-produk kosmetik yang tidak berlabel BPOM yang secara bebas dipasarkan.
- **Bagi mahasiswa manajemen bisnis syariah yang menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM.** Bagi mahasiswa di harapkan lebih selektif lagi dalam memilih suatu produk kosmetik dengan melihat adanya label BPOM pada kemasan produk karena label BPOM dicantumkan sebagai

indikator bahwa produk tersebut aman untuk di gunakan tetapi harus dipastikan lebih jelas lagi untuk mengecek kebenaran label BPOM tersebut yang telah tercantuk di kemasana produk.

- Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penulis selanjutnya diharapkan dapat mengaitkan lebih luas lagi mengenai perilaku konsumen dalam pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM, pada pembahasan melengkapi uji lab pada kosmetik yang tidak berlabel BPOM, melengkapi efek samping yang sudah dirasakan penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM yang sudah lama menggunakannya dan juga mengenai tingkat ekonomi terhadap penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut, diharapkan dapat mengembangkan ruang lingkup dalam cakupan penelitian yang lebih luas lagi.

- Bagi konsumen yang menggunakan kosmetik

Bagi konsumen yang menggunakan kosmetik sebagai perawatan kecantikannya sebaiknya memerhatikan keamanan kosmetik tersebut baik dari segi kemasan, kandungan dan juga label BPOM pada kosmetik tersebut apakah sudah memiliki izin edar dan aman untuk digunakan pada kulit kita. Sebaiknya dalm memilih kosmetik juga harus memilih produk kosmetik yang sesuai dengan jenis kulit kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, MM. *Perilaku Konsumen Dan Hubungan Masyarakat. Himpunan Jurnal Penelitian*, 2020.
- Dr. Garaika Darman, S.E., MM. *Metodologi Penelitian. Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 2019.
- Dr. H. Zuchi Abdussamad, S.I.k., M., M.Si. *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press, 2021.
- Dra. Mayagustina Andarini, M.Sc., Apt. *A-Z Notifikasi Kosmetika Di Indonesia. Direktorat Registrasi Obat Tradisional, Suplemen Kesehatan Dan Kosmetik*, 2020.
- Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mounw, Jonata, Imam Mashudi, Nur hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputi, Nuryami, LUKman Waris. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*, 2022. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAAJ&hl=en>.
- Firdaus, Oktavia Ardila. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Bpom Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Arisan Desa Pelang Kidul Kabupaten Ngawi) Skripsi Oleh: Oktavia Ardila Firdaus." *Ekonomi, Jurusan Fakultas, Syariah Dan, Ekonomi Islam, Bisnis*, 2021.
- Firmansyah, Dr.M.Anang. *Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen). Jurnal Agora*. Vol. 5 No., 2018.
- Firmansyah Tonda, and Tuhu Setya Ning Tyas Muh. Raditty Hanif F. "Literatur Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi." *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2022): 509–19.
- Hardani, S.Pd., M.Si, Nurh Hikmatul Auliya, Grad.Cert.Biotech, Helmina Andriani, M.Si, Roushandy Asri fardani, S.Si., M.Pd, Jumaria Ustiawaty, S.Si., M.Si, Evi Fatmi Utami, M.Farm., Apt, Dhika Juliana Sukmana, S.Si., M.Sc, Ria Rahmatul Istiqomah, M.I.Kom. *Buku Metode Penelitian Kualitatif*

& Kuantitatif, 2020.

Indrasari, DR.Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Vol.7,2019.https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://thinkasia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625.

Juli Ismanto, S.KM., M.M. *Manajemen Pemasaran Akutansi-1*. Unpam : Tangerang, 2020.

M.Kamil hafidzi, Fathia Rizqi, Ajijah Jumani. “Literature Review Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian” 1, no. 1 (2022): 203–14.

Mahardika Putri Stevany, Ema Nurzainul Hakimah. “Pengaruh Faktor Budaya Dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Nusantara PGRI Kediri),” 2022, 329–35.

Nindya Dwiana Putri1, Nurina Ayuningtyas, Neneng Siti Silfi Ambarwati. “Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetik Perawatan Wajah.,” no. September (2019).

Pengawasan, R U U, and Obat Dan. “RUU Pengawasan Obat Dan Makanan.,” no. 021 (2020).

Pratiwi, Ni Kadek Diah Sri, and Made Nurmawati. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online?” *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 7, no. 5 (2019): 1. <https://doi.org/10.24843/km.2019.v07.i05.p03>.

Prof.Dr.Almasdi Syahza, SE., MP. *Buku Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*, 2021.

Putri, Asti Nurmala, and Rani Apriani. “Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapatkan Izin Edar Dari BPOM.” 9, no. 3 (2022): 1227–33.

Widiarti, Sri Faidah, Mutimmatul, and Sri Usodoningtyas, Sri Dwiyaniti. “Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang Sri Windarti” 11 (2022): 123–30.

Wikanto, Adi. “Mengandung Merkuri, Ini Daftar Produk Kosmetik Berbahaya Tahun2021MenurutBadanPOM,”2021.<https://kesehatan.kontan.co.id/news/mengandung-merkuri-ini-daftar-produk-kosmetik-berbahaya-tahun-2021-menurut-badan-pom>.

Yulist Rima Fiandari. “Analisis Bibliometrik Publikasi Perkembangan Penelitian Pemasaran Digital Kosmetik Halal.” *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 43, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.14203/j.baca.v43i2.843>.



DAFTAR PERTANYAAN

Informan yang terhormat,,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sedang melakukan kegiatan penelitian mengenai **“Perilaku Konsmen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pengawas Obat dan Makanan ”** untuk itu saya mengharapkan kesediaan saudara untuk menjadi informan pada penelitian ini serta ucapan terima kasih atas kesediaannya.

A. Data Informan

- a. Nama Informan :
- b. Semester :
- c. Jurusan :
- d. Usia :
- e. Anak ke- : dari.....
- f. Asal :
- g. Suku :
- h. Pendapatan :
- i. Pekerjaan Orang Tua :

DAFTAR WAWANCARA

A. Perilaku konsumen

1. Faktor kebudayaan

a. Budaya.

- 1) Apakah kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM
- 2) Sejak kapan kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM
- 3) Bagaimana pendapat orang-orang di lingkungan anda tentang penggunaan kosmetik?

2. Faktor sosial

a. Kelompok acuan

- 4) Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dipengaruhi oleh teman, tetangga dan juga rekan kerja saudara?

b. Keluarga.

- 5) Apakah orang tua anda menyarankan dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM.?
- 6) Apakah saudara anda pernah menyarankan anda untuk menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?

3. Fakto pribadi

a. Usia dan Tahap siklus

- 7) Apakah anda melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhan anda?

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

8) Apakah keadaan ekonomi mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut?

c. Gaya hidup

9) Apakah penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM ini dapat mencerminkan gaya hidup anda?

d. Kepribadian dan konsep diri

10) Apakah anda membeli dan menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakannya?

11) Bagaimana pandangan anda terhadap diri anda sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak BPOM?

12) Bagaimana pendapat anda tentang orang lain yang memandang anda karena menggunakan atau melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut?

4. Faktor psikologis

a. Motivasi

13) Apa yang memotivasi anda sehingga memutuskan untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM?

b. Persepsi

14) Bagaimana pendapat anda terhadap produk kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan sesudah anda menggunakan produk kosmetik tersebut?

c. Pembelajaran

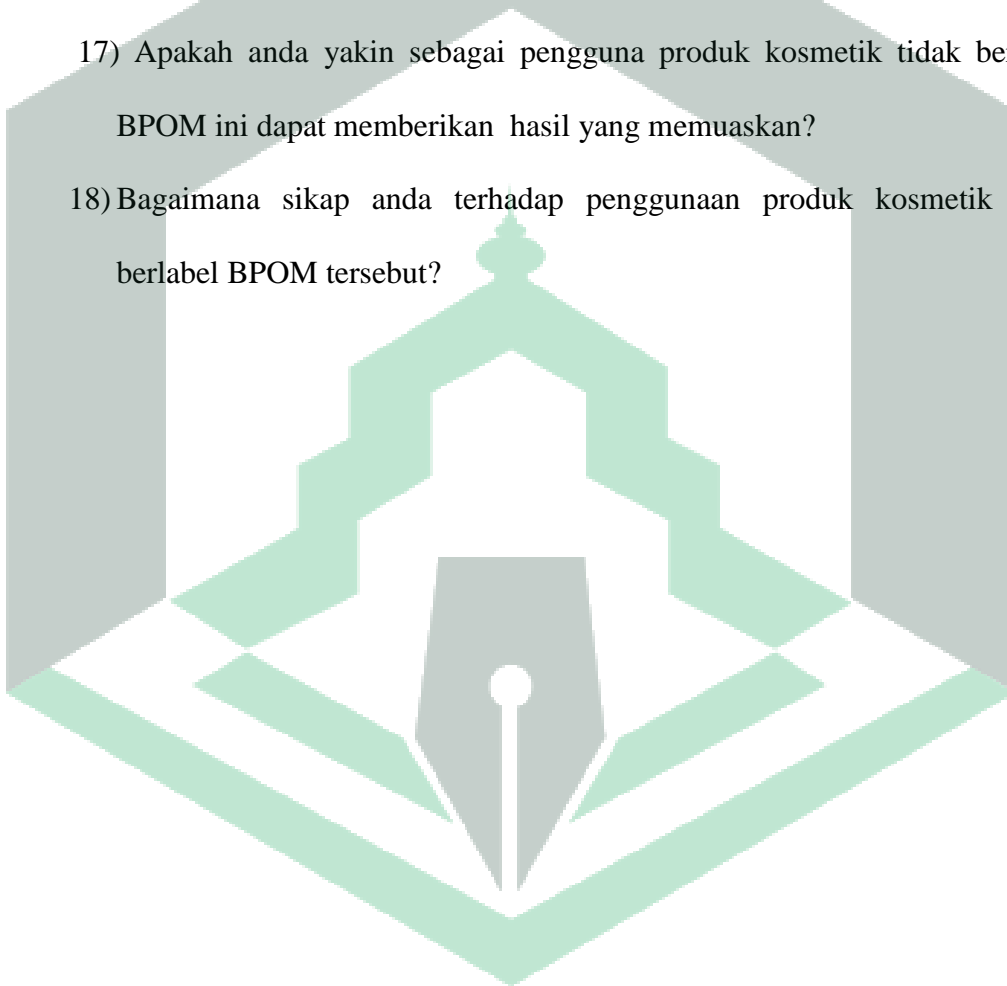
15) Bagaimana pengetahuan anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut?

16) Apakah anda melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya?

d. Keyakinan dan sikap

17) Apakah anda yakin sebagai pengguna produk kosmetik tidak berlabel BPOM ini dapat memberikan hasil yang memuaskan?

18) Bagaimana sikap anda terhadap penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut?



Lampiran 2:

Transkrip hasil wawancara informan

NO	Pertanyaan	Jawaban Informan				
		R1	R2	R3	R4	R5
1	Apakah dari dulu kebiasaan di lingkungan ta menggunakan kosmetik yang tidak berBPOM atau izin edar?	Iya, dilingkan saya menggunakan kosmetik tidak BPOM, tapi hanya sebagian kecil dan banyak yang menggunakan kosmetik yang BPOM sudah jadi kebiasaannya mi na pake sebagai kosmetinya	Iya dilingkungan saya sebagian ada yang memakai BPOM ada juga yang tidak BPOM	Iya, tetapi tidak semua menggunakannya karena masih ada juga yang pake kosmetik BPOM.	Iya tetapi kebanyakan menggunakan BPOM tapi masih ada juga yang menggunakan kosmetik tidak BPOM	Iya, dilingkungan saya sebagian besar menggunakan kosmetik yang tidk BPOM, ada juga yang kosmetik yang BPOM
2	apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena mengikuti seseorang yang dituakan	Tidak, karena seseorang yang dituakan dilingkungan saya tidak menggunakan produk tersebut. Tapi saya tetap gunakan karena cocokka san produk yang tidak BPOM	Tidak mengikutinya dalam penggunaan kosmetiku meskipun pake yang tidak BPOM atau pun tidak	Tidak mengikuti dalam penggunaan kosmetik.	Tidak mengikuti orang yang dituakan dalam penggunaan kosmetikku saya, karena saya tidak peduli apakah yang di tuakan pake yang ber BPOM ataupun tidak	Tidak mengikuti orang di tuakan kalau saya karena apa di kalau saya mau pake kpsmetik apa saja tergantung saya tidak mengikuti orang yang dituakan.
3	sejak kapan kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	setauku di li ngkunganku pake memangmi yang tidak BPOM, karena ku lihat mukanya orang di lingkunganku termasuk ibu-ibu yang berflekk katanya efek kosmetik yang di perjual belikan di pasasran yang banyak skli alkoholnya. Lahirka tahun 1998	kalau ki liat mukanya ibu-ibu yang berflekk kayaknya waktu masih cewek-cewek pake memangmi katanya gara-gara bedda. Kurang lebih tahun 1990	tidak tahu sejak kapan tapi kalau ku liat mukanya ibu-ibu yang berflekk katanya karena pake bedda yang keras dan masanya	tidak ku tau kalau sejak tahun berapa karena kalau di lingkungnku yang sempatka dulu tanya efek apa na berflekk katanya gara-gara bedda na pake pas masih cewek-cewek ih	sudah lama mi kpang kak tapi kalau pastinya kapan tidak ku tau karena banyak bang ibu-ibu di lingkungnku yang rusak mukanya gara-gara pake bedda yang keras tonernya jadi begitumi mukanya sekarang
4	Bagaimana pendapat orang-orang dilingkungan anda tentang penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM?	Kalau pendapat orang-orang tentang penggunaan kosmetik tidak BPOM sangat bagus karena cepat memutihkan.	Bagus kan orang-orang dilinglunganku rata-rata yang menggunakan ibu-ibu dan mereka tidak mengerti juga kosmetik yang BPOM sma yang tidak BPOM tapi rata-rata pakei bedak yang tidak BPOM.	katanya bagus karena cepat gare memutihkan na kasi hilang jerawat tidak butuh waktu lama untuk terlihat hasilnya	Pendapatnya tidak bagus kemudian saya di kasi saran supaya menggunakan yang BPOM karena yang tidak BPOM itu berbahaya digunakan	Pendapat orang-orang di lingkungan saya itu na bilang bagus nagunakan,karena proses kosmetik yang tidak BPOM lebih cpat di banding yang BPOM

5	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dipengaruhi oleh teman?	Saya menggunakan kosmetik tidak BPOM tidak dipengaruhi oleh tema. Kenapa saya gunakan karena saya cuman melihat orang lain di instagram saya lihat bagus hasilnya sehingga kuputuskan untuk gunakanni juga.	saya tidak di pengaruhi oleh teman, rekan kerja ataupun tetangga. Saya menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena saran dari keluarga dan keinginan sendiri	Tidak karena saya gunakan karena keinginan saya sendiri.	Iya,Saya menggunakan produk kosmetik tersebut karena dipengaruhi oleh teman sepergaulan saya, sedangkan tetangga dan rekan kerja tidak	Iyaa, saya di pengaruhi oleh teman saya, di mana teman saya menyarankan menggunakan kosmetik yang tidak BPOM, na bilang biar cepat k putih.akhirnya saya menggunakan kosmetik yang tidak BPOM.
6	Apakah orang tua anda menyarankan anda dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM?	Tidak. orang tua tidak pernah menyarankan.	Iya saya gunakan karena saran dari orang tua karena orang tua saya memakai produk tersebut.	Orang tua saya tidak pernah menyarankan untuk gunakan kosemtik tidak BPOM.	Tidak karena saya menggunkannya sesuai dengan keinginan saya sendiri	Tidak, karena tidak na sarankan ka orang tua ku pake kosmetik yang tidak BPOM. Na bilang bahaya. Tetapi saya tetap menggunakannya.
7	Apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena status anda dalam suatu orgniasi?	Tidak karena saya tidak ikut dalam suatu organisasi.	Bukan karena tuntutan keluarga dan tidak pernah disarangkan dari organisasi atau klub untuk memakai pruduk tidak BPOM	Tidak karena saya juga tidak ikut dalam suatu organisasi.	Tidak karena saya tidak mengikuti suatu organisasi.	Tidak, karena kami tidak pernah bercerita tentang kosmetik yang kami gunakan.
8	Apakah anda melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhan anda?	Iya. Karena di usia saya sekarang sudah membutuhkan perawatan kecantikan dengan memakai salah satu produk kosmetik tidak berlabel BPOM.	Iya, karena usia saya sekarang membutuhkan perawatan kecantikan dengan memakai produk itu	Tidak sesuai dengan usia kebutuhanku karena saya rasa usia belum cukup dan kulitku masih belum bisa membutuhkan perawatan kulit wajah dengan kandungan merkuri.	Iya karena di usia saya sekarang sudah waktunya untuk merawat diri dengan menggunakan kosmetik tersebut	Iyya karena di usia saya sekarang lebih berpatokan dengan hasil yang lebih cepat dan harganya terjangkau.
9	Apakah keadaan ekonomi memengaruhi anda dalam melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Iya sangat berpengaruh karena saya masih mengharapkan uang saku dari orang tua jadi kalau dapat uang lebih saya melakukan pembelian kosmetik begitupun sebaliknya jadi menurut sangat berpengaruh. Ekonomi kelaurga cukup	keadaam ekonomi juga berpengaruh karena saya masih mengharapkan uang saku dari orang tua, kalau di kasi uang lebih saya pake beli kosmtik tapi kalau hanya cukup-cukup tidak beliki lagi. Keadaan ekonomi cukup beb	Iya berpengaruh karena diamana keadaan ekonomi saya lagi kurang saya tidak membeli atau menggunakan kosmetik. Ekonomi keluarga cuku beb terutama dalam memenuhi kebutuhan.	Berpengaruh karena keadaan ekonomi jelas kurang karena saya masih di tanggung oleh orang tua termasuk uang kuliah dan uang sakukalaudapat uang lebh dari orang tuasaya akanmembeli kosmetik. Situasi keuangan keluarga cukup.	iya berpengaruh kak menurutku situasi keungan menjadi patokanku untuk melakukan pembelian karena kalau keuangan memburuk tidak belanja maki, alhamdulillah dari keluarga yang ekonomi yang cukup.

10	Apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut sesuai dengan gaya hidup anda?	Iya karena menurutku penampilan itu suatu hal yang wajib dan kosmetik ini saya rasa menjadi kebutuhanku sehari-hari.	Iya sudah menjadi gaya hidup saya dengan penampilan yang pake bedak itu karena dapat dikatakan bahwa sudah tidak bisa kalau tidak pake kosmetik itu.	Iya sesuai dengan dengan hidupku yang sederhana penampilanku dalam sehari-hariku kak	iya sudah mencerminkan gaya hidup saya karena penampilanku seperti itu denganpake kosmetik itu	Iyya ,karena sesui gaya sehari-hari saya yang simple dalam berpenampilan.
11	Apakah ada membeli dan menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakannya?	Iya saya gunakan kosmetik ini karena saya merasa percaya diri saat menggunakannya dimana hasil pemakainya yang bagus bikin pede	Iya saya gunakan karena saya merasa percaya diri kalau saya pake.	Iya, saya merasa percaya diri kalau saya gunakan kosmetik itu, karena bagus dimukaku jadi pede maki begitu tampil	Iya saya menggunakannya karena saya percaya diri saat menggunakan kosmetik tersebut karena memberikan efek yang bagus di wajah saya	Iyya, saya sangat percaya diri, karena hasil dari menggunakan kosmetik ini bagus.
12	Bagaimana pandangan anda terhadap diri anda sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM?	Pandanganku terhadap diriku sendiri yah jelas iya bagus kulihat di mukaku dan puaska dengan hasilnya dan lebih pede mika di di tengah-tengah orang banyak	kalau pandangku yah bagus saya pake cocok dengan kulit mukaku	Bagus karena cocok di kulit wajahku	pandanganku yang bagus si sangat puas dengan hasilnya dan terlihat bagus dimukaku, meskipun berbahaya untuk pemakaian jangka panjang	Pandangan saya terhadap kosmetik ini sangat bagus karena hasilnya memuaskan bagi saya.
13	Bagaimana pendapat anda tentang orang lain yang memandang anda karena menggunakan atau melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Saya tidak memperdulikan pendapat orang lain tentang saya yang menggunakan produk itu	Saya tidak peduli dengan ucapan-ucapan orang di luar sana ketika saya menggunakan kosmetik tidak BPOM karena apa lee bagiku biarmi produk tidak BPOM kalau cocokka.	Baik saja karena baagaimana pun pandangan orang lain saya tidak memperdulikan.	Pendapat saya tentang orang lain yang memandang hasil pemakaian kosmetik tersebut di wajah saya yang katanya putih, menghilng jerawat saya dan lain-lain, tetapi saya melarag menggunakan kosmetik tersebut karena berbahaya penggunaan jangka panjang.	Pandangan saya terhadap pendapat mereka tentang saya pake kosmetik tidak BPOM , tidak peduli karena ini hak saya mau pake kosmetik yang tidak BPOM atau BPOM.

14	Apa yang memotivasi anda sehingga memutuskan untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	Iya, yang menjadi motivasi saya untuk membeli kosmetik itu karena saya mau dan ingin merawat diri memutihkan dan saya pilih menggunakan kosmetik tidak BPOM tersebut	motivasi saya menggunakannya karena saya sudah melihat hasil dari cream tidak ber BPOM di kakak saya saya hasilnya dapat mengatasi masalah-masalah yang ada di wajah, dan bikin kulit ta lebih glowing	Tidak ada motivasi, sekedar mencoba-coba saja, karena di sarankan sama temankuji.	.Motivasi karena saya merasa produk tersebut cocok di wajah saya untuk memutihkan kulit wajahku.	Iyya, ada motivasi ku dalam menggunakan kosmetik tidak BPOM ini , agar wajahku terlihat putih dan menarik.
15	Bagaimana pendapat anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan setelah anda gunakan?	tanggapanku sebelum saya gunakan menurutku kualitas produknya bagus dengan melihat orang yang gunakan hasilnya bagus, setelah saya coba pake ternyata produknya betu-betul bagus dan cepat sekali terlihat hasilnya.	sebelum saya memakai produk tersebut bagus produknya tapi agak takut karena belum ber BPOM tetapi setelah saya makainya ternyata lumayan cocok di kulit saya walaupun biasanya kulit tiba-tiba breakout.	Tanggapanku sebelum saya gunakan produknya bagus dan saya gunakan setelah ku pake ternyata bagus dengan melihat hasil pemakaianku sampai saat ini.	Sebelum saya gunakan menurutku berbahaya tetap saya gunakan setelah saya mennggunakannya saya merasa cocok dengan produk tersebut	Sebelum saya menggunakan kosmetik yang tidak BPOM ini saya melihat produknya bagus dan setelah saya pake ternyata memang betul kualitas produnya memuaskan.
16	Bagaimana pengetahuan anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	pengetahuanku yah produknya bagus, cepat sekali kelihatan hasilnya, menghilangkan jerawat, memuthkan sama menunda penuaan dini	Produk kosmetik tidak BPOM itu bagus karena cepaat memutihkan dan instan untuk terlihat hasilnya. Meskipun terdapat kandungan merkuri yang dapat merusak kesehatan kuli	Bagus menurutku dan dapat mengatasi masalah yang ada pada kulit wajaha.	Pengetahuan saya tentang ksometik itu berbahaya untuk kesehatan kulit seperti iritasi pada kulit, alergi dan bintik-bintik hitam, sedangkan manfaatnya memutihkan dan menghilangkan jerawat	kurang karena saya pake kosmetik ini karena pengaruh dari teman ku. Pengetahuanku pastimi ku tau kalau mengandung merkuri
17	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya?	Tidak karena sebelumnya tidk pernah gunakan kosmetik tidak BPOM, yang ku pake dulu yang BPOM ji.	Bukan karena sebelum saya pake kosmetik tidak BPOM saya pake kosmetik yang BPOM	Tidak, karena sebelumnya kosmetik yang ku pake itu kosmetik BPOM.	Tidak karena sebelumnya saya tidak menggunakan kosmetik tidak berlabel	Tidak, karena sebelumnya saya pake kosmetik BPOM.
18	Apakah anda yakin sebagai pengguna produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dapat memberikan hasil yang memuaskan?	iya saya yakin dan sudah terlihat hasilnya selama saya menggunakannya	iya saya yakin, terkadang hasil dari pemakaian kosmetik tidak BPOM ini hasilnya di wajah itu lumayan memuaskan tetapi biasa juga tiba-tiba muka menjadi merah karena penggunaan kosmetik yang tidak BPOM sudah menjadi	Iya saya sangat yakin dan sudah terlihat hasilnya yang memuaskan.	Tidak yakin karena takut kalau tidak cocok karena mengandung merkuri yang berlebihan tetapi sudah terlihat hasilnya setelah saya makainya memberikan hasil yang memuaskan.	Iyya, yakin dengan saya lihat hasilnya dengan menggunakan kosmetik ini sangat memuaskan untuk saya.

			sensitive			
19	Bagaimana sikap anda terhadap penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	saya menyikapi dengan baik penggunaan kosmetik tidak BPOM karena cepat kelihatannya hasilnya meskipun penggunaan sangat berbahaya terhadap kesehatan kulit. Tetapi tergantung cocok tidak cocoknya yang gunakan.	sikap saya yah saya menerima dengan baik produk tidak BPOM dikarenakan saya salah satu yang menggunakan produk yang tidak BPOM.	Sikap ku baik karena saya salah satu pemakai kosmetik tidak BPOM.	Sikap saya tidak bagus karena tidak baik untuk penggunaan jangka panjang	Sikapku terhadap kosmetik tidak BPOM ini bagus .karena saya adalah salah satu penggunanya

NO	Pertanyaan	Jawaban Informan				
		R6	R7	R8	R9	R10
1	Apakah dari dulu kebiasaan di lingkungan ta menggunakan kosmetik yang tidak berBPOM atau izin edar?	Iya, sebagian dari orang yang saya kenal baik keluarga dan teman-teman menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	Iya banyak yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM dan juga yang menggunakan kosmetik yang BPOM	Iya Ada yang menggunakan tidak BPOM dan adapula yang menggunakan BPOM sudah kebiasaannya mi merawat dirinya pake yang BPOM ataupun tidak tergantung ji kapang sama kondisi mukanya.	Iya dilingkungan saya menggunakan kosmetik tidak BPOM	Iya menggunakan kosmtik yang tidak BPOM dan masih ada pi juga yang pake yang BPOM
2	apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena mengikuti seseorang yang dutuakan	kalau saya tidak mengikuti seseorang yang dituakan dalam penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOMku, meskipun orang yang dituakan pake atau tidak tidak ku ikuti ji saya	kalau saya tidak ku ikuti dalam penggunaan kosmetikku, kalau yang lainnya saya tidak tau karena setauku orang gunakan kosmetik sesuai keinginnya sendiri meskipun ada juga karena saran atau pengaruh dari orang lain	Tidak mengikuti yang dituakan dilingkunganku dalam penggunaan kosmetik.	Tidak mengikuti karena saya tidak berpatokan sama yang di tuakan mau pake yang BPOM atau tidak pale tidak ku ikutiji saya	Iya karena di lingkungan yang gunakan kosmetik baik yang BPOM atau tidak itu orang-orang dituakan sehingga ada dorongan untuk du pake juga karena hsilnya pemakainnya bagus

3	sejak kapan kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	tidak tau kak tapi kalau mau liat dari bahanya kosmetik yang tidak BPOM yang bintik hitam ada banyak di lingkunganku mungkin karena pake begitu waktu masi cewek.	tidak kutau pastinya kak kapan, orang pake di lingkunganku	tidak ku tau kapan kaka, begitumi tidak terlalu ku pertanyakan kapan na pakei itu kosmetinya	tidak ku tau kak sejak kapan mungkin belumpa kapang lahir adami pakei karea banyak ibu-ibu yang flek hitam gegara bedda begitu kapang na pake dulu	sejak kapannya itu tidka kutau kak karena ndg terlalu ku pertanyakan itu orang mau pake kosmetik ini itu dari kapan cuman ku tauji kalau pake kosmetik yang BPOM dan ada juga yang tidak BPOM na pake orang
4	Bagaimana pendapat orang-orang di lingkungan anda tentang penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM?	Bagus karna sudah terbiasa dalam penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM	Pendapat oaramg-orang di lingkungan saya katanya bagus, memutihkan tetapi lama-lama akan muncul bintik hitam di wajah	Bagus karena menurutnya dapat mempercanti diri.	Bagus karena menggunakan kosmetik baik itu tidak BOM atau tidak kan untuk mempercantik diri	Bagus untuk kalangann wanita gna merawat wajah dan memutihkan tidak harus menguras kantong selagi cocok di muka.
5	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dipengaruhi oleh teman?	Tidak karena keinginan sendiri	Tidak saya gunakan karena keinginan sendiri dan di pengaruhi oleh teman.	iya di pengaruhi ka sama teman dan ku lihat juga hasil review org lain	iya di rekomendasikankank dari sama teman sepergulanku untuk pake kosmetik tidak BPOM katanya cepat bikin glowng tidak butuh ji waktu lama terihatmi hasilnya.	Iya saya di rekomendasikan oleh teman saya untuk pake kosmetik tidk BPOM katanya cepat bikin glowing
6	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena sara dari orang tua?	Bukan orang tuaku tidak pernah ji sarankanka pake bedda yang tidak bpom atau yang bpom	Tidak saya gunakan karena keinginan sendiri dan di pengaruhi oleh teman.	tidak pernah ka di sarankan juntuk pake dan beli kosmetik tidak bpom	Torang tauu tidak pernah ka nha sarankan.	tidak pernah ka di sarankan sama orang tuaku untuk pake kosmetk bnaik itu bpom ataupun tidak
7	Apakah saudara anda pernah menyarankan anda untuk menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Saudara ku tidak pernah ji na sarankanka karena na bilang kau saja mau pake kosmetik apa yang pentik cocok ji mukamu	Tidak pernah jika di sarankan sama saudaraku, apa dii masa bodoh ji mauka pake ini itu tidak na pusingi	Tidak pernah ka di sarankan	Tidak pernah menyarankan justru lebih ke arahan untuk bagusnya gare pake yang BPOM aman	Iya pernah, katanya kalau mau cepat instan pake yang tidak BPOM

8	Apakah anda melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhan anda?	Tidak karena saat membelinya saya tidak berfikir apakah produk ini sesuai atau tidak dengan usia kebutuhan saya	iya karena di usia saya saat ini sudah waktunya untuk merawat kulit dan mempercantik diri.	Iya karean usia saya sudah saatnya untuk merawat diri dengan mempercantik penampilan	Iya karena di usia saya sudah waktunya untuk merawat diri dengan pake kosmeti	Tidak karena saya maunya menggunakan kosmetik yang BPOM tapi ekonomi kurang memadai
9	Apakah keadaan ekonomi memengaruhi anda dalam melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	keadaan ekonomi berpengaruh karena saya msih mengharapka uang saku dari orang tua termasuk uang belanja salah satunya kosmetik jadi tergantung bagaimana keadaan ekonomi untuk melakukan pembelian. Keluarga saya mempunyai ekonomi yang cukup.	Berpengaru karena karena kita masih jadi tanggungan orang tua untuk uang kuliah dan juga uang saku jadi kalau dapat uang lebih bisa dipake beli kosmetik tergantung bagaimana keadaan keuanganku. Kalau keadaan ekonomi alhamdulillah kak Cukup.	Iya karena keadaan ekonomi itu penentu apakah kita kan melakukan pemeblian karena kita harus melihat ekonomi kita seperti aoakah kalau keadaan ekonomi tidak memungkinkan unytuk melakukan pembelian tidak ku gunakan lagi begitu sebaliknya. Ekonominya keluarga bisa di bilang cukup dalam memenuhi kebutuhan,	Keadaan ekonomi saya tidak mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian ksometik tersebut. Alhamdulillah dari keluarga yang ekonominya cukup.	Iya karena kita melakukan pembelian tergantung bagaimana keadaan ekomini kita baik itu kebutuhan kosmetik ataupun yang lain. Saya dari keluarga yang ekonominya cukup
10	Apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut sesuai dengan gaya hidup anda?	Tidak karena saya punya gaya hidup yang lebih suka atau pake produk yang sudah berlabel BPOM aman kan untuk digunakan	Iya sudah sesuai dengan gaya hidup saya yang berpenampilan dengan menggunakan kosmetik itu sebagai produk kecantikan saya yang lebih mengikuti trend yang ada sekarang yang banyaknya produk kosmetik yang beredar yang tanpa izin edar tapi kualitasnya bagu-bagus.	Iya sesuai dengan gaya hiduup saya yang sederhana dalam berpenampilan meskipun itu yang ku pake kosmetik yang tidak BPOM.	Tidak mencerminkan gaya hidup saya kesukaan ku dalam menggunakan kosmetik itu berusaha yang sederhana saja dan aman untuk jangka panjang.	Tidak mencerrminkan karena penggunaan kosmetik tidak BPOM bukan gaya hidup saya yang ingin tampil menarik dengan pake kosmetuk tidak BPOM.

11	Apakah ada membeli dan menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakannya?	Ya saya merasa percaya diri sekali sebelum menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karna berfikir akan mendapatkan hasil yang maksimal	iya saya menggunakannya karena saya merasa percaya diri ketika saya memakainya apalagi hailnya yang bagus mate du muka	Iya saya merasa percaya diri ketika saya menggunakannya.	Iya saya merasapercaya diri ketika menggunakannya.	Iya saya percaya diri ketika saya menggunkannya
12	Bagaimana pandangan anda terhadap diri anda sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM?	pandanganku produknya bagus si tergantung kecocokan masing-masing tapi untuk saya pribadi yang mnegunakan produk itu merasa tidak cocok dengan kosmetik tidak BPOM	Pandangaku terhadap diriku itu bagus, di muka kelihata cantik saat di gunakan.	Bagus karena Menggunakan produk ini membuat saya lebih pede untuk keluar rumah. Walaupun saya tahu resikoanya di kemudian hari.	Pandangan saya sebagai pengguna Produk Tidak BerBPOM Bagus	Tidak bagus karena kita tau bahwa penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM dapat merusak wajah baik di usia sekarang maupun usia tua nantinya. Jadi, kosmetik untuk diri saya sebenarnya tidak baik untuk wajah karena ketika digunakan itu memang memutihkan tetapi ketika kita lepas atau berhenti itu akan menumbuhkan banyak jerawat dan bopeng.
13	Bagaimana pendapat anda tentang orang lain yang memandang anda karena menggunakan atau melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Pendapatku yah semua orang orang berhak memberikan pendapat si dan itu wajar menurutku.Ada yang memberikan pendapat positif dan negatif tergantung dari pandangan masing-masing orang tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM	kalau pendapatku masa bodoh jika saja dengan pendapatnya orang lain karena saya menggunakannya karena keinginaku sendiri dan juga di pengaruhi oleh teman	Saya merasa bodo amat dengan pandangan orang lain. Karena setiap manusia punya topoksi masing-masing yang berbeda.	Saya tidak peduli karena saya menggunakan uang saya sendiri dan tidak menggunakan uang mereka untuk membeli kosmetik yang saya gunakan	Peduli karena mereka memandang kita sebagai pengguna menyarankan tidak menggunakan karena merusak kulit apalagi pemakaain panjang. Tetapi saya masih tetap pake karena cocok ka
14	Apa yang memotivasi anda sehingga memutuskan untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	Iya dan motivasi saya itu karena ingin memiliki kulit wajah yang mulus, cerah dan bersih	yang memotivasi saya tetntunya supaya saya putih	Iya, karena dulu wajah saya sangar kusam dan sering di ejek orang lain. Sehingga alasan ini membuat saya untuk merubah diri untuk lebih glowing	Saya tidak mempunyai motivasi karena ku coba-coba ji karena di sarankan teman	karena saya melihat wajah teman-teman pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM itu cerah, putih dan glowing menjadi motivasiku juga supaya glowingka

15	Bagaimana pendapat anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan setelah anda gunakan?	Sebelum menggunakannya bagus produknya akan mendapatkan hasil yang baik tapi setelah menggunakannya saya merasa kosmetik tidak berlabel BPOM tidak seharusnya diperjual belikan karena membahayakan penggunaannya	sebelum saya menggunakannya menurutku kualitasnya produknya pasti bagus apalgi melihat hasil pemakaian temanku saya juga tertarik untuk gunakan meskipun saya tau kalau tidak BPOM sedangkan setelah saya gunakan ternyata kosmetik itu memang bagus, dan cepat sekali kelihatan hasilnya	Sebelum saya pake menurutku bagus Produknya, dan setelah saya gunakanTentunya ada perubahan yang baik di wajah saya	Sebelum saya pake menurutku bagus, dan setelah saya gunakan samoai sekarang masing aman-aman saja	Sebelum saya pake bagus produknya dengan melihat hasil pemakaian, dan setelah saya pake hingga sekarang masih aman-aman saja
16	Bagaimana pengetahuan anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Setauku produk tersebut bagus bisa menghaluskan wajah, menunda penuaan dini dan meredakan jerawat dan menghilangkan flek hitam	Pengetahuan saya tentang produk tidak BPOM itu bagus kualitasnya, cepat memutihkan dan menghilangkan jerawat dan juga murah harganya	Setau saya, bahaya sih untuk ke depannya, cuman saya menggunakan ini karena cocok dengan harganya	Pengetahuanku cukup tahu saya biasa saja yang penting bisa membawa perubahan pada diri saya	tahu, karena dapat memutihkan lebih cepat menghilangkan jerawat dan juga bekasnya tetapi setelah tidak gunakan akan muncul flek-flek efek dari penggunaannya yang mengandung merkuri.tidak aman di pake dalam jangka panjang.
17	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya?	Tidak karena sebelumnya saya menggunakan produk kosmetik yang berlabel BPOM	Tidak karena sebelumnya saya gunakan kosmetik ini saya pake kosmetik yang BPOM	bukan karena karena pengalamanku sebelumnya karena barusanka pake yang di bilang kosmetik tidak BPOM	Tidak say, barusankan pertama kali pake yang dibidang kosmetik tidak BPOM	Tidak karena adanya pengalamnaku tapi karena lihatka kualitasnya jadi ku pake juga kalau pengalam kak tidak ada sama sekali modal nekat.
28	Apakah anda yakin sebagai pengguna produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dapat memberikan hasil yang memuaskan?	Awala sebelum pemakaian saya yakin tetapi setelah pemakaiannya yang cukup terbilang lama timbul bruntusan dan susah untuk dihilangkan	Iya saya yakin sebelum saya gunakan dan sudah terlihat hasilnya di wajah saya sangat memuaskan .	Iya saya yakin dan sudah terbukti di pemakaian saya sekarang.	Iya menurut saya dapat memberikan hasil memuaskan meskipun di usia tidak muda mungkin akan memberikan efek samping	Iya saya yakin dan sekarang sudah terlihat hasil yang memuaskan untuk sampai saat ini.

19	Bagaimana sikap anda terhadap penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Bagus karena cocok ji dengan kulitku bagus ku	sikap saya terhadap penggunaan kosmetik tidak BPOM yah saya terima dengan baik karena saya salah satu pengguna kosmetik tidak BPOM	Sikap baik untuk sekarang ini dan masih santai-santai saja dan aman saja menggunakannya	Bagus karena saya menggunakannya kosmetik yang tidak BPOM yang tidk terlalu banyak mengandung zat kimia.	Bagus kalau saya karena kalau kuliat hasilnay pemakaiaku cocok ka jadi bagus menurutku
----	---	---	--	---	--	--

NO	Pertanyaan	Jawaban Informan					
		R11	R12	R13	R14	R15	16
1	Apakah dari dulu kebiasaan di lingkungan ta menggunakan kosmetik yang tidab berBPOM atau izin edar?	YA, kebanyakan menggunakan kosmetik tidak BPOM	Ya, akan tetapi tidak semua yang menggunakan peroduk yang tidak berlabel BPOM.	Iya di limhkunganku menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	iya di lingkungan sekitar menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM	Iya dilingkunganku menggunakan kosmetik tidak BPOM ada juga yang pake yang BPOM	Iya, krena produk yg tdk berlabel bpom itu murah dan jga mudah memutihkan kulit muka.
2	apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena mengikuti seseorang yang dituakan	Tidak meskipun pake atau tidak tidak menjadi pengaruh nji untuk saya untuk pake atau tidanya kosmetik yang tidak BPOM	Ya, krna banyaknya dorongan dri org ² disekitar yang sudah menggunakannya dan sdh mndapatkan hasil yang luar biasa.	Tidak mengikuti dalam penggunaan kosmetik karena itu tentang pribadi masing-masing	Tidak mengikuti karena orang mau pake kosmetik tidak harus mengikuti orang dituakan, karena kita mau pake kosmetiik atau tidak tergantung kita sendiri cocok tidaknya sama kulitta.	Iya saya ikuti karena adanya dorongan dan juga kulihat hasil pemakaiannya orang yang di tuakan ini yang bagus makanya ku pake juga.	Iya karena melihat orang-orang yang dituakan menggunakan kosmetik baik yang tidak BPOM ataupun tidak hasil pemakaiannya bagus jadi ku pake juga.
3	sejak kapan kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	kalau ku liat ibu-ibunya mungkin lamami tapi tidak tau pastinya cuman kuliat banji padamukanya ibu-ibu yang bahayanya kalau pake yang tidak BPOM begitu	pastinya tidak ku tau tapi kalau dilihat dilingkungan khususnya ib-ibu berflek katanya pemakaian kosmetiknya dulu tapi mereka gunakan yang tidak BPOM untuk memutihkan kembali kultnya.	tidak tauka kalau soal itu sayy, tapi sudah kebiasaanya itu orang di lingkunganku pake yang merkuri sebagian juga yang BPOM ji na pake tapi sejka kapannya aaii tidka tauka sempat lamami na	kalau saya tidak ku tau pasti kak tapi lama mi kapang karena bahanya itu merkuri kan na kasi flek orang na kalau di liat ibu-ibu banyak yang berflek.	Aii tidak tau pasti saya itu kapan karena begitumi tidak terlalu inika sama orang dilingkungan tapi kalau yang flek mukanya banyak ibu-ibu mungkin hasil pemakaiannya mi dulu itu karena setauku kosmetik dulu-dulu itu banyak skli kandungan merkuri sama merkurinya pasti karena tidak adapi BPOM dulu-dulunya	tidak tauka saya kapan na pake orang di lingkunganku, tapi lama mi karena ibu-ibu khususnya banyak skli yang punya flek pernahka tanya orang tua na bilang karena kosmetik dulu itu yang sembarang dipake yang keras tonermya na bikin terkupas kulit

				pake tapi barulagi na pake untuk pake keasi hilang fleknya efek kosmetik dulu- dulu gare			
4	Bagaimana pendapat orang-orang di lingkungan anda tentang penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM?	Tidak begitu peduli dengan apa yang kita pake cuman melihat hasil pemakaian mereka biolang bagus.	Menurut pandangan orang-orang bagus, sebenarnya tidak ada larangan remaja mengenakan kosmetik yang tidak berlabel BPOM asal sesuai dengan situasi dan kondisi kulit mereka.	Bagus karena cepat gare memutihkan	penggunaan kosmetik di lingkungan sekitar adalah hal yang sudah biasa.	Pendapatnya itu hal yang wajib si kita merawat diri dengan menggunakan kosmetik baik itu BPOM atau tidak yang penting cocok di mukaku	Kosmetik Pemutih yang tidak BPOM biasanya memberikan hasil putih yang cepat. Dalam waktu satu atau dua minggu, kulit sudah terlihat putih, bekas luka hilang, jerawat hilang, flek-flek hitam hilang, keriput di wajah hilang, kulit tampak halus, dan maka dari itu dia menggunakan kosmetik yg tdk bpom ini
5	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dipengaruhi oleh teman?	Ya, saya di pengaruhi teman saya	Iya, saya gunakan karena saran dari teman saya sepergaulan saya.	Iya saya menggunakannya karena di pengaruhi oleh temna	iya saya menggunakannya karena rekomendasi teman	Iya saya menggunakannya karena dipengaruhi oleh teman saya	Iya rekomendasi dari teman sepergaulan saya
6	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena sara dari orang tua?	Tidak pernahka di sarankan orang tuaku karena orang tua ku juga tidak terlalu tau itu bagaimana itu kosmetuk tidak BOM atau yang BPoM kak	Tidak pernahka di asaranka sama orang tuaku untukmpake kosmetk tidak BPOM	Tidak, orrang tidak menyarankan justru melarang	Tidak, karena orang tua saya tidak tau tentang kosmetik.	Tidak. orang tua tidak pernah menyarankan.	Tidak. orang tuaku tidak pernah menyarankan ku untuk pake kosmetik

7	Apakah saudara anda pernah menyarankan anda untuk menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Tidak pernah karena masing-masing saja mau pake kosmetik apasaja tergantung kulit	Iya, krna dia jga mnggunakan produk tersebut dan mndapatkan hasil yg maksimal	Iya pernah, katanya supaya cepat putih.	pernah , dengan iming-iming cepat glowing	Tidak pernah, karena saudaraku tidak terlalu permasalahan saya mau pake kosmetik apa	Tidak pernah, karena saudaraku masa bodoh sama saya mau pake kosmetik apa saja tergantung saya
8	Apakah anda melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhan anda?	Iya, karna saya ingin hasil yang instan untuk kulit sya	Tidak, cuman hanya adanya saran dan dorongan dari teman sepergaulan	Iya karena diusia saya menggunakan kosmetik menjadi kebutuhan untuk mempercantik diri	ya saya membeli karena sudah merasa cukup umur untuk memakainya	Iya, karena dumana usiaku sekarang sudah perlu untuk merawat kulit.	Iya karena saya raa usdah sesuai dengan usia kebutuhan saya dengan memilih kosmetik tidak BPOM
9	Apakah keadaan ekonomi memengaruhi anda dalam melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Keadaan ekonomi tidak memengaruhi saya, karena bagi saya kebutuhan kosmetikku itu prioritas ku jadi meskipun ekonomi kurang memadai tetap saya utamakan itu kosmetikku, saya dari keluarga yang ekonomi yang alhamdulillah cukup.	Iya karena dalam melakukan pembelian pasti kita lihat bagaimana keadaan ekomita apakah memadai untuk membeli kosmetik itu. Ekonomi keluarga cukup untuk memenuhi kebutuhan kak.	Iya karena keadaan ekonomi yang memadai dalam melakukan pembelian saya gunakan tapi kalau keadaan ekonomi kurang saya tidak melakukan pembelian. Ekonomi keluarga yang cukup untuk penuhi kebutuhan.	Tidak. keadaan ekonomi tidak memengaruhi saya dalam melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM, kenapa tidak berpengaruh karena menurutku kebutuhan kosmetik saya itu paling utama karena kalau tidak saya pake keyak lain-lain bisa dikata kak ketergantungan, mekipun keadaan ekonomi tidak mendukung tapi saya tetap prioritaskan kebutuhan kosmetikku. alhamdulillah saya dari keluarga yang ekonominya cukup kak.	Tidak, keadaan ekonomi tidak memengaruhi saya dalam melakukan pembelian kosmetik itu, alhamdulillah kak dari keadaan ekonomi keluarga yang menegah cukup lah memenuhi kebutuhan	Iya karena kita akan membeli kosmetik jika keadaan ekonomi mendukung kalau lagi tidak memungkinkan tidak di pake lagi begitun sebaliknya. Kalau saya kak bisa dikata keadaan ekonomi keluarga cukup kak.

10	Apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut sesuai dengan gaya hidup anda?	Tidak sesuai dengan gaya hidupku yang sederhana dan minatku dengan perawatan kulit yang lebih suka produk yang BPOM.	Iya karena kosmetik yang ku pake sudah sesuai gaya hidupku yang simpel dan sederhana harganya juga terjangkau.	Iya sudah sesuai dengan gaya hidup saya yang sederhana dalam memanfaatkan produk termasuk kosmetik meskipun itu tidak BPOM	Tidak karena tidak sesuai dengan gaya hidupku karena saya termasuk orang yang punya gaya hidup yang meminati atau suka dengan produk yang berlabel BPOM aman digunakan dalam jangka panjang, tetapi saya memilih menggunakan yang tidak BPOM karena sudah cocok ku pake.	Iya sudah sesuai dengan gaya hidupku yang sederhana dalam menggunakan barang atau produk selagi bermanfaat, termasuk dalam kosmetikku yang tidak BPOM yang harganya murah dan kuitasnya bagus.	Iya sudah sesuai dengan gaya hidup saya yang termasuk kesukaanku atau yang ku gemari dalam merawat diri untuk menunjang penampilanku meskipun yang ku pake itu kosmetik yang tidak BPOM tapi bisa membuat saya lebih percaya diri lagi
11	Apakah ada membeli dan menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakannya?	Iya, itu membuat saya lebih pede untuk tampil	Iya, krna sdh terbukti hasilnya di mukaku jadi percaya dirika begitu	Iya karena adanya rasa percaya ketika menggunakannya dengan hasil pemakaianku yang memuaskan bagaimana tidak percaya diri kalau di pakei	iya, saya percaya diri karena hasil pemakaian kosmetik tidak BPOM itu na kasi lebih cerah muka jadi percaya dirika untuk tampil	Iya, ketika menggunakan produk kosmetik tdk berlabel bpom sy merasa lebih percaya diri.	Iya kalau saya gunakan saya lebih percaya diri
12	Bagaimana pandangan anda terhadap diri anda sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM?	sebenarnya saya melakukan hal yg salah krn tidak ada yg namanya hasil instan dan pastinya di belakang akan menimbulkan dampak buruk jika sy berhenti menggunakannya	Pandanganku bagus dan cocok di kulit wajahku.	Menurutku bagus karena cocok di mukaku	awalnya saya percaya diri tapi lama-lama efek yang di timbulkan membuat menyesal menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM	Awal mula menggunakan produk kosmetik tdk berlabel bpom hasil nya sangat memuaskan, tetapi lama kelamaan dapat merusak wajah.	Bagus dan cocok di mukaku.
13	Bagaimana pendapat anda tentang orang lain yang memandang anda karena menggunakan atau melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	saya tidak memperdulikannya, karena kalau cocokka biarmi merkuri kalau bagus dimukaku	Sebenarnya terserah mereka mau bilang apa kan yang pake saya dan cocok saya gunakan.	Tidak memperdulikan pendapat orang lain.	bodo amat pendapat orang lain, saya ji yang pake apalagi kalau cocok jika terserah mi mereka mau bilang apa	Tidak peduli dengan kata orang.	Tidak peduli dengan pendapat orang lain yang jelas saya gunakan cocok

14	Apa yang memotivasi anda sehingga memutuskan untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	Tidak ada, karena cuman mau coba-coba saja, sempat cocok	Tidak ada, karena sekedar coba-coba jika sempat cocokka.	Iya, motivasi saya jelas iyya mau putih dan terlihat menarik	Iya, karena ingin menjadi glowing	Iya supaya saya cepat putih dan terlihat lebih cantik	Iya, Motivasi sya mnggunakan kosmetik yg tdk bpom ini spya saya kelihatan cantik dan glowing
15	Bagaimana pendapat anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan setelah anda gunakan?	Sebelum ku pake menurutku tidak bagus apalagi namanya tidak BPOM kandungannya berbahaya, sesudah saya pakai produk tidak bpom itu sebenarnya tidak baik dipake, tapi tetap ku pake karena cocokka meskipun ku tau kalau berbahaya untuk jangka panjang si	Pendapatku sebelum saya pake ku balang pasti bagus produknya karena hasil pemakain orang-orang dan temanku sendiri memuaskan. Setelah ku pake terbukti kualitasnya memang memberikan hasil yang bagus.	Sebelum saya gunakan bagus produknya apalagi banyak testi-testi tapi setelah saya gunakan produknya memnag berkualitas	sebelum menggunakan ya pasti realita dari orang-orang bagus kulitnya tapi jika sudah menggunakan dalam jangka lama membuat muka hancur penuh jerawat yang tidak sembuh-sembuh	Sebelu saya pake produknya bagus apalagi testi temanku bagus. Setelah saya pakai dengan waktu cukup lama hasilnya tidak sesuai dengan harapan saya na bikin mukaku berjerawat.	Sebelumnya itu sya mnggunakan kosmetik ini sngat bagus tpi sesudah saya pakai muka saya mulai timbul yangg namanya jerawat bruntusan dan pori" kecil.
16	Bagaimana pengetahuan anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	tahu kalau dapat merusak kulit dan juga berbagai kualitasnya cepat memutihkan dan mengatasi masah kulit wajah dalam pemakaian jangka panjang kak	tahu, karena saya cuman gunakan setelah saran dari teman dan lihat testi-testi, selebihnya tidak ada pegatehuanku tentang kosmetik tidak BPOM itu. Setauku pastinya ada kandungan merkuri.	cukup tau karena cuman di rekomendasikan pleh teman dan ku pakemi tanpa ku tau bagaimana kandungan dan lain-lainnya	Cupup tahu dimana kosmetik tidak BPOM itu tidak aman dugunakan dalam jangka waktu panjang meskipun cepat dalam memutihkan dan lain-lain.	tahu kalau kosmetik tidak BPOM itu berbahaya bagi kulit, bauki itu kulit jadi sensitif dan itu dapat merusak wajah	tahu dmn kita menggunakan kosmetik tidak BPOM memutihkan menghilangkanjerawat dan mengatasi masalah kulit wajah, tetapi efenya jangka panjang juga dapat merusak kulit, timbul bintik-bintik hitam dan merusak kulit wajah karena kandungan merkuri.
17	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya?	Tidak, karena cuman disr8uh teman saya	Tidak ada pengalaman sebelumnya.	Tidak ada pengalam sebelumnya karena barusnaka mau pake kosmetik yang tidak BPOM	tidak saya belum menggunakan sebelumnya	tidak ada pengalamanku sebelumnya tentang penggunaan kosmetik yang tidak BPOM apalagi yang mengandung merkuri	Tidak karena saya gunakan sebelumnya itu kadangka pake kosmetik yang BPOM kadang juga tidak kosmetik tergantung mood ku, tidak ada pengalamanku sama sekali sebelumnya tentang ini

							kosmetik tidak BPOM
18	Apakah anda yakin sebagai pengguna produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dapat memberikan hasil yang memuaskan?	Sebnarnya tidak karna sesuatu yang instant itu tidak baik, dan sebelumnya yang ku pake itu yang BPOM jadi tidak yakinka, tapi ku pake ji karena bagus	Iya, karna sya sudah membuktikannya sndiri	Iya saya yakin apalagi melihat testinya.	Iya saya yakin. Tetapi hanya Untuk awal pemakaian memberikan hasil yang memuaskan	Iya,awal sy menggunakan sy menyakini akan memberikan hasil yg memuaskan	Iya krna baru pemakain 1 atau 2 mnggu sdh mncul prubhan pada kulit wajah
19	Bagaimana sikap anda terhadap penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Bagus kalau saya cocok jika sama kosmetik yang tidak BPOM yang ku pake	Sikapku baik karena dapat memberikam hasil yang memuaskan untuk penggunaan yang cocok dengan kosmetik idak BPOM dan saya salah satu penggunannya yang bersikap baik pada produk tidak BPOM.	Bagus karena saya salah satu pengguna kosmetik tidak BPOM dan cocok ku pake.	review yang jujur sih tidak aman menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM	Bagus kalau saya karena bagus cepat memutihkan na kasi hilang jerawatatta	Sikapku baik pada produk kosmetik tidka BPOM karena saya salah satu penggunaanya.

No	Pertanyaan	Jawaban Informan				NARASI
		R17	R18	R19	R20	
1	Apakah dari dulu kebiasaan di lingkungan ta menggunakan kosmetik yang tidak berBPOM atau izin edar?	Iya, di lingkunganku pake kosmetik tidak BPOM tapi ada juga yang pake yang BPOM	iya kak di lingkunganku itu pake kosmetik yang tidak BPOM tapi ada juga yang pake yang BPOM	iye Kosmetik yang tidak BPOM sekarang banyak na pake orang di lingkunganku tapi sebagian juga yang BPOM na pake	iye diilingkunganku sudah kek salah satu mi kebiasaan untuk pake yang instan terlihat putih hasilnya	Menggunakan kosmetik dalam suatu di lingkunan menjadi kebiasaan dalam lingkungannya yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM untuk merawat diri, dan masih banyak juga dalam lingkungan yang kebiasaannya masih menggunakan kosmetik yang berlabel BPOM terganntung kecocoka kulit setiap orang.
2	apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena mengikuti seseorang yang dituakan	Saya pake kosmetik tidak BPOM itu bukan karena ku ikuti yang dituakan, karena yang dituakan tidak pake, meskipun pale gunakan bukan berarti mereka yang saya ikuti	Tidak ku ikuti lah dalam penggunaan kosmetikku, karena saya mau pake yang BPOM atau tidak BPOM yang utamakan kualitasnya itu kosmetik cocok atau tidak sama kulitku, meskipun pale yang dituakan pake tapi bukan karena ku pake itu kosmetik karena ku ikuti	tidak ku ikuti karena orang yang dituakan tidak pake kosmetik yang tidak BPOM sekali pale pake tapi tidak saya ikuti dalam hal pemakaian kosmetikku. Karena saya meskipun tidak BPOM tapi cocokka tetapka pake namanya orang cocok.	tidak saya ikuti karena orang di tuakan di lingkunganku tidak pake ataupun na pake bukan berarti ku ikuti karena saya pemakaian soal kosmetik saya berpatokan dengan kecocokan kulitku.	Informan dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena mengikuti seseorang yang dituakan. Yang mengikuti sebesar 25% karena adanya dorongan dari orang yang dituakan yang menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut dan juga melihat hasil pemakaiannya yang memuaskan sehingga memutuskan untuk menggunakan juga, sedangkan 15 orang atau sebesar 75% menjawab "Tidak mengikuti" seseorang yang dituakan dimana mereka hanya berpatokan dengan kecocokan pada kulitnya dan juga berdasarkan keinginan sendiri untuk menggunakan ataupun tidak, meskipun orang yang dituakan tersebut menggunakan ataupun tidak menggunakan tidak memengaruhinya dalam penggunaan kosmetiknya.
3	sejak kapan kebiasaan di lingkungan anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	tidak kutau sejak kapan na pake orang apa banyak tong juga ibu-ibu yang banyak skli fleknya karena beda gare na pake dulu	mungkin lamami karena banyak bang ibu-ibu yang bgerfelek efek kosmetik mungkin yang bermerkuri na pake apa dulu banyak itu kosmetik yang banyak alkoholnya	tidak ku tau mungkin lamami apa bnayak bnag ibu-ibu yang berflek sekarang karena apake merkuri kpang dulu apalagi dulu masih bebas orang perjual belikan karena tidak adapi badan pegawai atau BPOM	lamami kak karena tidak jauh keluargaku yang sudah ibi-ibu berfelek karena berflek karena pake bedda yang begitu banyak mi lakoholnya na kupas mukanya jadi begitu hasilnya banyak fleknya	Kebiasaan menggunakan kosmetik tidak BPOM di lingkungan terdapat 20 orang informan menjawab "Tidak tahu" karena mereka tidak bisa memberikan jawaban yang pasti sejak tahun berapa, cuman dapat melihat ibu-ibu di lingkungannya yang mukanya berflek yang katanya efek dari penggunaan kosmetiknya dulu pada saat masih usia remaja, dimana kosmetik itu banyak mengandung alkohol untuk tonernya yang membuat kulit wajah terkelupas sehingga di usia tuanya efeknya baru terlihat.

4	Bagaimana pendapat orang-orang di lingkungan anda tentang penggunaan kosmetik tidak berlabel BPOM?	Pedapatnya bagus karena yang mereka utamakan itu hasilnya yang instan memtuhkan, nakasi cepat hilang jerawat juga.	Pendapatnya bagus katanya cepat na kasi putihki.	Bagus karena cepat bikin putih na kasi hilang jerawat tidak na ksi kusam muka	Bagus responnya karena merekanka cuman liat hasilnya na kalau yang tidak BPOM ceptki na kasi glowing	Pendapat orang-orang di lingkungan mengenai penggunaan kosmetik tidak BPOM 19 orang atau sebesar 95% menjawab “Memutihkan” karena menurutnya produk kosmetik yang tidak BPOM tersebut bagus cepat dalam memperlihatkan hasil seperti memutihkan dan membuat penampilan lebih menarik, harganya juga tidak menguras kantong, sedangkan 1 orang atau sebesar 5% menjawab “Berbahaya” menurutnya kosmetik yang tidak BPOM mengandung merkuri yang dapat merusak kulit.
5	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dipengaruhi oleh teman?	iye ku pake itu kosmetik karena na pake juga temanku na rekomendasikan mika untuk pake juga apalagi hasil pemaianya bagus di mukanya	saya pake itu kosmetik tidka BPOM toh kak karena di sarankan kan sama temanku na pengaruhika dengan iniming-imingnya glowingki cepat kalau yang tidak BPOM	iya di pengaruhi sama temanku supaya cepatki gare putih pake yang tidak BPOM bagus gare baru tidak mahal-mahal amatji	iya di rekomendasikan sama teman untuk pake yang tidak BPOM katanya cepat bikin glowing baru harganya gare terjangkau	Informan menggunakan kosmetik tidak BPOM karen mendapatkan pemngaruh dari taemana sebesar 95% menggunakan kosmetik karena mendapatkan sarapa atau rekomendasi dari teman sepergaulannya dengan melihat hasil pemakainnya, sedangkan 5% informan menggunakan kosmetik karena “Keinginan sendiri” dalam menggunakan kosmetik tidak BPOM karena keinginan sendiri untuk gunakan kosmetik tersebut tanpa pengaruh dari teman.
6	Apakah anda pernah menyarankan dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM?	Tidak pernah ka disarankan sama orang tuaku untuk pake kosmetik yang tidak BPOM atau yang BPOM	Tidak di sarankan ka sama orang tuaku untuk pake yang tidak BPOM justru na larangka pakei yang merkuri katanya bahaya kalau berhenti maki pakei na kasi naik gare flek-flek sama jerawat, tapi begitumi tetap ku pake karena kurasa cocok jika na bagus hasilnya.	Tidak pernah jika di sarankan sama orang tuaku soal pemakaian kosmetikku.	tidak di sarankanka dari orang tua justru na larangka pake yang merkuri tidak bagus gare	Informan menggunakan kosmetik karena mendapatkan saran dari orang tua sebesar 5% menjawab “Disarankan orang tua” dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena orang tua tersebut menggunakan kosmetik yang tidak BPOM juga, sedangkan 19 orang atau sebesar 95% menjawab “Tidak disarankan orang tua” dalam menggunakan kosmetik tidak BPOM yang dimana terdapat orang tua yang masih kurang pengetahuannya tentang penggunaan kosmetik, dan juga terdapat orang tua yang melarang menggunakan kosmetik yang mempunyai kandungan merkuri karena dapat merusak kulit tetapi informan masih tetap menggunakannya karena lebih mengutamakan hasil pemakainnya saja.

7	Apakah saudara anda pernah menyarankan anda untuk menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Tidak pernah ka disarankan sa,a saudaraku karena masing-masing saja menurutna mana cocok untuk kulitta	Tidak karena masa bodoh ji saudaraku saya sama penampilan	Tidak pernah jika disarankan sama saudaraku.	kalau saran dari saudaraku untuk pake yang tidak BPOM tidak ada, kek masukan ji bilang bahaya kalau yang tidak BPOM bagus memang kalau di pake trus tapi kadang gare pemakaian lama atau dilepasmi itu kadang mendetoks.	Informan menggunakan kosmetik tidak BPOM karena mendapatkan saran dari Saudara sebesar 25% yang menjawab “Saudari menyarankan” dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena cepat dalam memutihkan instan pemakaiannya, sedangkan 15 orang atau sebesar 75% menjawab “Saudari tidak menyarankan” dalam menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena dalam penggunaan kosmetik kembali lagi ke masing-masing orang yang mau menggunakan kosmetik apa saja tergantung kecocokan pada kulit setiap orang, meskipun tidak mendapatkan saran dari saudarinya tetapi tetap menggunakan karena sudah merasa cocok.
8	Apakah anda melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena sesuai dengan usia kebutuhan anda?	Iya sesuai kebutuhanku karena umurku sekang waktunya untuk perawatan untuk kek menunjang penampilan begutu kak ee, meskipun kosmetik yang BPOM ku pake tapi cocok untuk kulit mukaku.	Iya sudah sesuai kebutuhanku karena sudah waktunya begitu merawat diri membutuhkan perawatan begitu ee kak untuk tampil lebih menarik	Iya karena menurutku kosmetik itu sudah jadi kebutuhanku sekaang untuk lebih terlihat menarik sudah lain-lain mi itu kak kalau tidak pake kosmetk maki karena kek ketergantungan maki meskipun itu tidak BPOM tapi tetap ku pake karena itu ji cocok ku pake.	Iya kak sudah jaid kebutuhan sekali itu kak di umurku yang sudah kek butuhmi perawatan wajah	Informan menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM karena sudah sesuai dengan usia kebutuhannya sebesar 80% karena di umunya yang sudah membutuhkan perawatan kecantikan dengan menggunakan kosmetik untuk menunjang penampilan sekalipun produk yang digunakan tidak berlabel BPOM, sedangkan yang menggunakan kosmetik tidak BPOM tidak sesuai dengan usia kebutuhannya sebesar 20% menurutnya menggunakan kosmetik tidak BPOM juga hanya sekedar mencoba saya karen rekomendasi dari teman, tanpa memikirkan usianya belum waktunya untuk menggunakan kosmetik yang mengandung merkuri, seharusnya menggunakan produk yang aman digunakan tetapi karena sudah menggunakannya dan ada perubahan saat menggunakannya jadi tetap melanjutkan pemakaiannya.

9	Apakah keadaan ekonomi memengaruhi anda dalam melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Iya berpengaruh kak karena saya mmembeli atau tidaknya kosmetik tergantung bagaimana situasi keuanganku kak. Saya termasuk dalam keadaan ekonomi menengah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan.	Berpengaruh kak karena saya melakukan pembelian itu kak baik itu kebutuhan kosmetik dan lain-lainn tergantung situasi keuanganku kak. Meskipun saya mempunyai keluarga yang ekonominya cukup lah untuk memenuhi kebutuhan.	Berpengaruh kak toh karena kalau keadaan ekonomi menurun pasti itu kak berpengaruh sama pembelianta. Keadaan ekonomi keluargaku menurutku cukup lah untuk memenuhi kebutuhan.	Berpengaruh kak karena toh mauki belanja kebutuhan kosmetik atau lainnya kak pasti dilihat di situasi keuanganta kak. Kalau keuangan memburuk yah tidak belanjaki bgitupun sebaliknya kak. Kalau soal ekonomi keluarga kak bisa dikatakan cukup untuk memenuhi kebutuhan.	Keadaan ekonomi informan berpengaruh dalam pembelian kosmetiknya diimana 80% yang memberikan tanggapan berpengaruh meskipun mereka dari keluarga yang ekonominya cukup dalam mememnuhi kebutuhannya. Karena mereka masih mengharapkan uang saku dari keluarga dan orang tua yang masih berstatus mahasiswi dan bvelum mendapatkan penghasilan
10	Apakah anda menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut sesuai dengan gaya hidup anda?	Iy sudah sesuai dengan gaya hidupku yang lebih memprioritaskan penampilanku	kalau bicara tentang gaya hidup ku sudah sesuai atau tidak kalau saya sudah sesuai dimana saya menjali hidup dengan sederhana mungkin lah namu dapat bermanfaat secara maksimal termasuk dalam penggunaan kosmetikku tang dapat memberih\kan manfaat dan hasil yang bagus dan harganya pu juga terjangkau.	mencerminkan gaya hidupku karena ketertarikanku dengan barang atau produk yang ku suka yang menjadi priotasu dalam merawat diri untuk menunjang penampilanku.	sesuai dengan gaya hidupku atau mencerminkan gaya hidupku dalam aktivitas ku sebagai mahasiwi yang menghasruskan tampil maksimal serta derongan dari teman-temanku yang juga pake produk yang bermerkuri yang lebih memprioritaskan hasil yang lebih cepat tidak peduli sama efek negatifnya.	Iinforman menggunakan kosmetik tidka BPOM 100% dapat mencerminkan gaya hidupnya karena penempilan merupakan suatu hal yang wajib dalam merawat kulit dengan menggunakan kosmetik sekalipun kosmetik yang digunakan itu kosmetik yang tidak BPOM, dimana menjadi suatu kegemaran dalam merawat diri dengan menggunakan kosmetik dalam kesehari-harian yang simpel dan sederhana dalam menggunakan suatu produk yang dapat memberikan manfaat yang maksimal dan haganya pun terjangkau.
12	Apakah ada membeli dan menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM tersebut karena adanya rasa percaya diri ketika menggunakannya?	sangat memberikan rasa percaya diri karena yakinki ki sama hasil dan kualitasnya ini kosmetik di pake jaid kek lebih pedeki tampil begitu	iya tentunya memberikan rasa percaya diri lebih pede begitu tampil karena yakin ka kalau hasil pemakaian kosmetik tidak BPOM ku itu dapat memberikan hasil yang bagus di mukaku.	Pasti itu beb kalau tidak percaya diriki kalau di pakei itu kosmetik kanapa harus di pake begitu	Tentunya saya merasa percaya diri kalau saya gunakan kek lebih pede begitu tampil di kerumunan orang	Informan merasa percaya diri ketika menggunakan kosmetik tersebut dikarenakan dapat memberikan hasil yang memuaskan sehingga memberikan rasa percaya diri untuk tarlihat menarik di depan orang.

13	Bagaimana pandangan anda terhadap diri anda sendiri sebagai pengguna kosmetik tidak berlabel BPOM?	Pendapatku bagus apalagi cocok sama kulit mukaku yang kulitnya sensitif.	Bagus sekali karena na bkinka glowing dan bersih itu muka	bagus kalau menurutku karena na nbkin ka putih bersih itu muka, meskipun yah efek untuk jangka panjang tidak bagus tapi tergantung kecocokan si sebenarnya	Bagus karena cocok ku pake meskipun itu tidak BPOM tapi hasilnya memuaskan.	Konsep diri informan dalam memandang dirinya sebagai pengguna kosmetik tidak BPOM 80% positif dengan melihat hasil pemakaiannya yang memuaskan terhadap dirinya sedangkan 20% memandang dirinya negatif karena menggunakan kosmetik yang dapat merusak kulitnya dalam penggunaan jangka panjang meskipun begitu tetap menggunakannya karena sudah merasa cocok dan merasa puas dnegan hasil pemakaiannya.
14	Bagaimana pendapat anda tentang orang lain yang memandang anda karena menggunakan atau melakukan pembelian produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	Tidak peduli dengan pendapat orang lain yang bilang tidak BPOM itu kosmetikmu bahaya, tidak ku pedulikan karena cocok ka dan memuaskan hasilnya tetapka pake	Tidak pedulika dengan pendapatnya orang-orang kalau saya karena bagaimana dii saya ji yang pake aid ku tau mana yang cocok untuk kulit mukaku baru tidak semua saya kosmetik cocokka	masa bodoh jika tidak peduli begitu ee kan saya ji pake jelas iyaa saya yang tau mana yang cocok untuk saya, sekalipun itu tidak BPOM tapi merasa coock ka jadi gass kan saja	masa bodoh jika saya sama omongannya orang kalau bagus ku pake kenapa mau dengar pendapatnya orang sekalipun itu produk yang kumpake tidak BPOM kek lebih ke hasil pemakaiannku ji saya kalau cocok dan hasilnya memuaskan kenapa mau dengar pendapatnya orang	Konsep dirinya terhadap orang lain yang memandangnya sebagai pengguna kosmetik tidak BPOM mereka tidak peduli dengan perkataan orang lain karena menurutnya kalau sudah coock den hasilnya bagus kenapa harus mendengarkan pendapat orang lain.
15	Apa yang memotivasi anda sehingga memutuskan untuk menggunakan kosmetik tidak berlabel BPOM	untuk terlihat lebih glowing, na kasi hilang jerawat, tidak kusam muka dll.	supaya glowingka, putih bersih tidak adajerawat itu yang paling utama	Motivasiku yah untuk glowing pastinya dong	Yang memotivasi saya itu yah tentunya supaya glowingka, terlihat lebih menarik begitu	Motivasi informan untuk menggunakan kosmetik yang tidak BPOM karena mereka ingin terlihat glowing bersih dan menarik.
16	Bagaimana pendapat anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM sebelum dan setelah anda gunakan?	Sebelum saya pake kosmetik itu saya merasa produknya bagus apalagi banyak testinya, setelah saya pake ternyata betul bagus karena hasil pemakaianku yang memuaskan	Sebelum ku pake bilangka bagus kualitasnya ini produk karena melihat hasil pamkaiannya orang lain ataupun teman hasilnya, setelah saya pake di buktikan dengan hasil pemakainku yang memuaskan	Bagus produknya kualitasnya karen abanyak sekali mi bukti pemakaiannya, setelah ku pake ternyata memang bagus cepat skali terlihat hasilnya	sebelum saya pake pendapataku tentunya bagus apalagi testi dimana-mana, seteah ku pake kubuktikan dengan hasil pemakaianku	Persepsi terhadap kosmetik tidak BPOM sebelum dan sesudah menggunakannya 90% menyatakan kualitas produknya bagus karena melihat tesi dimana-mana dan juga hasil pemakaian teman dan dibuktikan setelah menggunakannya 85% memberikan respon yang positif karena hasil pemakaiannya sesuai dengan harapannya. 15% memberikan hasil negatif tetapi mereka msih melanjutkan penggunaannya

17	Bagaimana pengetahuan anda tentang produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	tau tentang produk kosmetik yang tidak BPOM dimana produknya mengandung merkuri yang dapat merusak kulit dalam penggunaan jangka panjang tapi tidak lupa sama manfaatnya yang na kasi cepat ki putih na atasi maalsah jerawatta, tidka kusam muka	Tau kalau kosmetik yang tidak BPOM itu mengandung merkuri bahaya untuk kesehatan kulit, tidak lupa sama manfaatnya yang dapat memutihkan, na kais hilang jerawat pokonya natasi masalah kulit	Tahu, manfaatnya memutihkan, mengatasi jerawat, mengatasi kulit muakta yang kusam, tapi begitumi namanya kosmetik tidak BPOM tentunya tidka lepas dari merkuri yang dpat merusak kulit kalau diguankan dalam jangka panjang.	Tahu kalau tidak BPOM itu pasti ada kandungan merkurnya yang berlebihan merusak kulit tapi manfaatnya itu juga juara dalam meutihkan sama mengatasi maslah kulit mukata.	Pengetahuan informan mengenai produk kosmetik tidak BPOM 85% mentehai dengan bauk karena metreka mengetahu bahaya dan kandungan produk tersebut beigitun dengan khasiat deri produk tersebut, 15 % pengetahuannya kurang karenan hanya mendapatkan rekomendasi dari teman melihat lebih jauh produk tersebut seperti apa kandungan dan dampanya hanya berpatokan dengan hasil pemekaiaanya.
18	Apakah anda menggunakan produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena pengalaman sebelumnya?	tidak ada pengalamnku sebelumnya tentang penggunaan kosmetik yang tidak BPOM	Tidak ada pengalaman sebelumnya karena sebelumnya cuman pake yang ber BPOM saja	bukan karena pengalanku sebelumnya karena sebelumnya yang ku pake itu yang BPOM ji	tidak karena pengalaman sebelumnya tidak punyaka pengalaman sebelumnya tentan penggunaan kosmetik yang tidak BPOM	Informan menggunakan kosmetik tidak BPOM tidak berdasarkan pengalam sebelumnya karen mereka sebelum menggunakan kosmetik tidak BPOM mereka menggunakan perawatan kukit yang sudah BPOM
18	Apakah anda yakin sebagai pengguna produk kosmetik tidak berlabel BPOM karena dapat memberikan hasil yang memuaskan?	Yakinka karena kalau tidak yakinka tidak ku pakemi dan ku buktikan dengan hasil pemakaianku	iya saya yakin kalau produk tersebut memberikan hasil yang memuaskan setelah saya pake	yakin dong kanapa ka mau pake kalau tidak yakinka sama produknya kalau ku pake hasilnya tidka memuaskan, apa lagi banyak testi pemakainnya yang terbukti kalau produknya bagus.	sangat yakin karena makanya ku putuskan untuktetap pakei dengan melihat testi dimana-mana yang hasilnya meuaskan	Keyakinan informan terhadap produk kosmetik tersebut dapat memberikan hasil yang memuaskan sehingga memjutuskan untuk menggunakannya (0% yang yakin dengan hal tersebut 10% tidak yakin tetapi menggunakannya.
19	Bagaimana sikap anda terhadap penggunaan produk kosmetik tidak berlabel BPOM?	sikap ku bagus karena dapat memberikan hasil yang memuaskan termasuk saya sebagai salah satu pengguna kosmetik yang memberukn hasil yang pemakaian yang postif	Sikap ku positif si terhadap penggunaan produk yang tidak BPOM kalau dilihat dari testi dan pemakianku sendiri dapat memberikan hasil yang meuaskan tergantung kecocokan maisng-masing orang kalau menuruku	sikap ku terhadap penggunaan kosmetik tidak BPOM bagus karena cock untuk semuajenis kuliat yang dan juga dapat dilihata sma hasil pemakai orang lain yang hasilnya bagus tapi kembali lagi kecocokan amsing karena setiap orang itu beda-beda kecenderungan kulitnya yang bagaimaana	Bagus kalau saya karena saya salah satu pengguna kosmetik yang tidak BPOM dengan kulihat ahsilnya bagus dan di buktikan juga sma pemakain orang lain dengan testi-testi berdar bagus kalau menurutku.	Sikap informan terhadap penggunaan kosmetik tidak BPOM memberikan sikap yang positif karena dapat membuat kulit lebih glowing putih dan dapat mengatasi maalah kulit. Didukung dengan testi yang beredar dimana-mana

Lampiran 3 : Dokumentasi wawancara



Dok. Wawancara dengan informan L



Dok. wawancara dengan informan NAS



Dok. Wawancara dengan informan AK



Dok. Wawancara dengan informan SAR



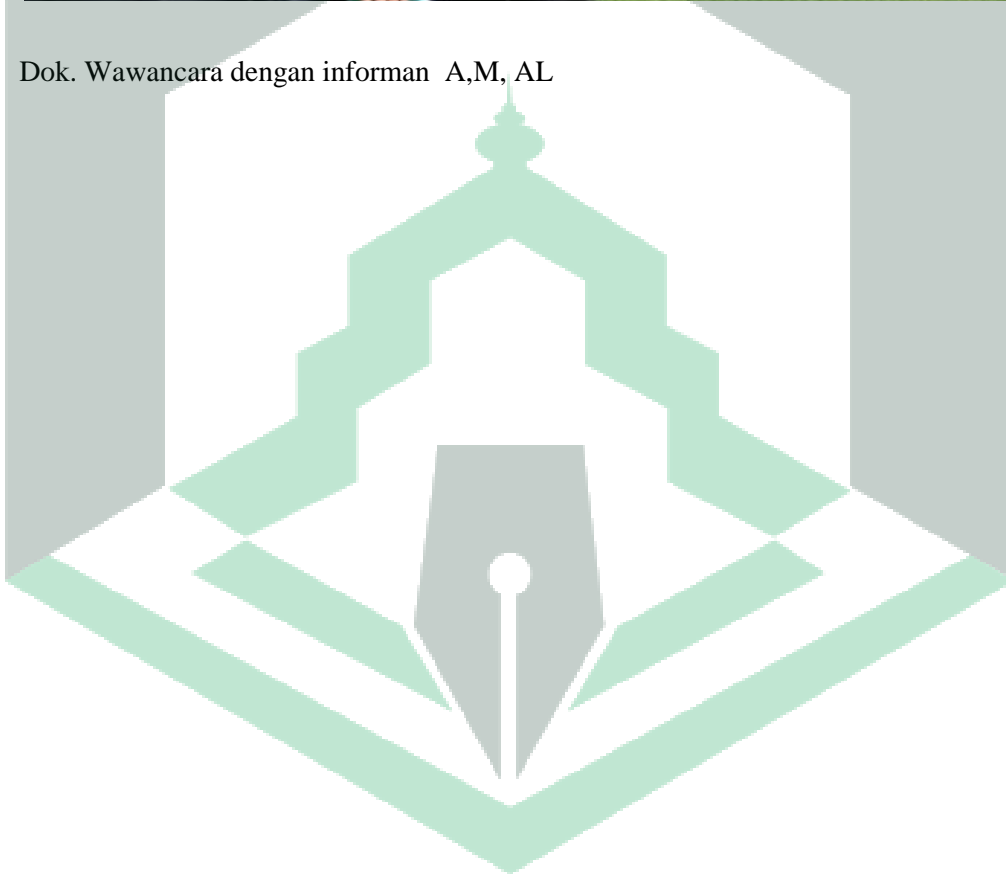
Dok. Wawancara dengan informan W



Dok. Wawancara dengan NA



Dok. Wawancara dengan informan A,M, AL



SK. Pembimbing


SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 149 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Menimbang : a. bahwa demi kejelasan proses penyusunan dan penulisan skripsi bagi mahasiswa strata SI, maka dipandang perlu dibentuk Pembimbing Penyusunan dan penulisan skripsi.
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing sebagaimana dimaksud dalam butir di atas maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.

Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan Pembimbing dari Ketua Prodi

MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.

Kedua : Tugas Tim Dosen Pembimbing Penyusunan dan Penulisan Skripsi adalah : membimbing, mengawalikan, mengoreksi, serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan panduan penyusunan skripsi dan pedoman akademik yang ditetapkan pada Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2022.

Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan atau penulisan skripsi mahasiswa selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan didalamnya.

Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
pada Tanggal : 25 Agustus 2022


Rektor Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Tembusan :

1. Kabiro AUAK;
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Peringgal


LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 149 TAHUN 2022
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Masniati
NIM : 19 0403 0072
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik tidak Bertabel B POM.
- III. Pembimbing : Nurdin Bajjo, S.Pt., M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

SK.Pengui


SURAT KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR : 26 TAHUN 2023
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUI TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian tugas akhir bagi mahasiswa Program SI, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji tugas akhir sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor,

Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

Menperhatikan : DIPA IAIN Palopo Tahun Anggaran 2022

MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUI TUGAS AKHIR MAHASISWA PROGRAM SI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.

Kedua : Tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.



Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2023.

K keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.

Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo
Pada Tanggal : 31 Januari 2023

i.n. Rektor
Institut Agama Islam Negeri Palopo
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Tembusan :

1. Kabiro AUAK;
2. Peringgal;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;

LAMPIRAN SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR 20-1/11/UN/2023
TENTANG
PENGGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

I. Nama Mahasiswa : Musniati
NIM : 19.0403.0072
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

II. Judul Skripsi : Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik tidak Berlabel BPOM.

III. Tim Dosen Penguji :

Ketua Sidang : Dr. Takdir, S.H., M.H.
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Penguji Utama (I) : Dr. Fasiha, M.EI.
Pembantu Penguji (II) : Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

Palopo, 31 Januari 2023

a.n. Rektor



Rektor Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Surat Izin Penelitian





PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No 5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
 NOMOR : 41/PP/DPMPPTSP/II/2023

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Pemberitaan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelagiasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pimpilpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: MASNIATI
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Somel Saudi Permai
Pekerjaan	: Belum / Tidak Bekerja
NIM	: 19 0403 0072

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK TIDAK BELABEL BPOM (STUDI KASUS MAHASISWI IAIN PALOPO)

Lokasi Penelitian	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
Lamanya Penelitian	: 16 Januari 2023 s.d. 16 April 2023

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
 Pada tanggal : 17 Januari 2023
 a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

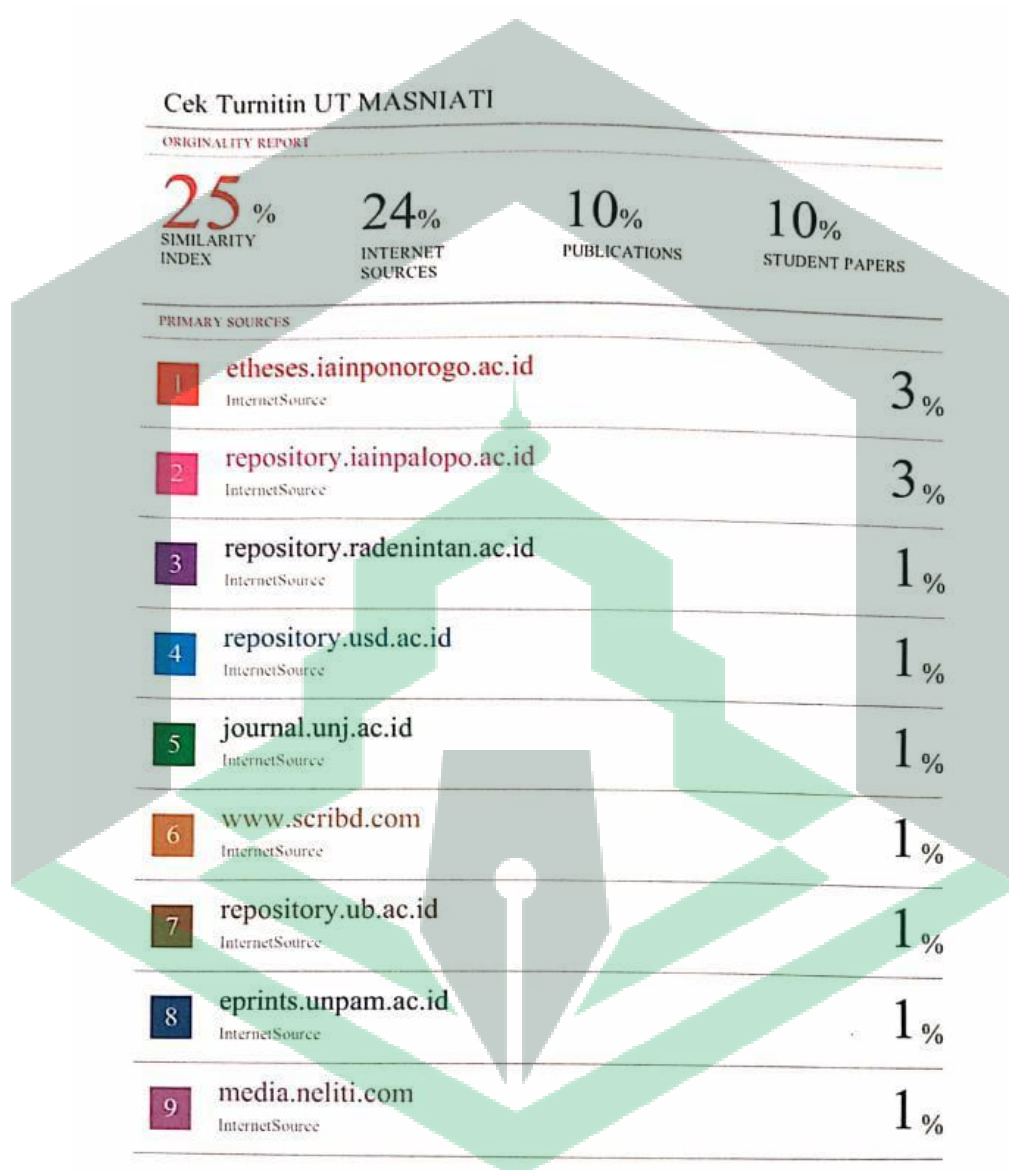


ERICK, K. SIGA, S.Sos
 Pangkat - Penata Tk.I
 NIP : 19830414 200701 1 005

Tembusan :

1. Kepala BalaMin Kesbang Prov-Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Hasil Cek Plagiasi



Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pengawas Obat dan Makanan

Yang ditulis oleh :
Nama : Masniati
NIM : 19 0403 0072
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Palopo, 01 Maret 2023
Pembimbing


Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si.
NIP: 903027601

Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pegawai Obat dan Makanan oleh Masniati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0072*, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Selasa, tanggal 21 Februari 2023 bertepatan dengan 30 Rajab 1444 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H
Ketua Sidang/Penguji

(
Tanggal:

2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A
Sekertaris Sidang/Penguji

(
Tanggal:

3. Dr. Fasilta, M.EI
Penguji I

(
Tanggal:

4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
Penguji II

(
Tanggal: 21/2/23

5. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si.
Pembimbing Utama/Penguji

(
Tanggal:

Berita Acara Ujian Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Bittu No. Balandi Kota Palopo Telp (0471) 22076
 E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL

Pada Hari ini Selasa Tanggal 3 bulan Januari tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Proposal mahasiswa (i):

Nama : Masniati
 NIM : 19 0403 0072
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel BPOM (Studi kasus Mahasiawi IAIN Palopo)

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI ...93.....** dan masa perbaikan pekan/bulan.
 Dengan Hasil Ujian:

- | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Proposal diterima tanpa perbaikan |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Proposal diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/> | Proposal ditolak dan seminar ulang |

Dosen Pembimbing


 Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.

Dosen Penguji


 Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

Ketua Prodi


 Muzayyanah Jabani, ST., M M
 NIP. 197501042005012003

Berita Acara Ujian Hasil



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Bittu No. Balandi Kota Palopo Telp (0471) 22076
 E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN HASIL

Pada Hari ini Selasa Tanggal 21 bulan Februari tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil mahasiswa (i):

Nama : Masniati
 NIM : 19 0403 0072
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul : Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel BPOM (Studi Kasus Mahasiswi Iain Palopo)

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** ...*90*... dan masa perbaikan ...*1*... pekan/bulan *paling lama*

Dengan Hasil Ujian:

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Skripsi diterima tanpa perbaikan |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Skripsi diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/> | Skripsi ditolak dan seminar ulang |

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji)
3. Dr. Fasiha, M.EI.
(Penguji I)
4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
(Penguji II)
5. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
(Pembimbing I/ Penguji I)

(*[Signature]*)
 (*[Signature]*)
 (*[Signature]*)

Berita Acara Ujian Munaqasyah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Bittu No. Balandal Kota Palopo Telp (0471) 22076
 E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada Hari ini Kamis Tanggal 09 bulan Maret Tahun 2023 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

Nama : Masnati
 NIM : 19 0403 0072
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul : Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pengawas Obat dan Makanan

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** ...93... dan masa perbaikan... .. pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

<input type="checkbox"/>	Skripsi diterima tanpa perbaikan
<input checked="" type="checkbox"/>	Skripsi diterima dengan perbaikan
<input type="checkbox"/>	Skripsi ditolak dan seminar ulang

Skripsi diterima tanpa perbaikan
 Skripsi diterima dengan perbaikan
 Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Fasiha, M.E.I
(Penguji I)
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
(Penguji II)
4. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
(Pembimbing I/ Penguji I)

()
 ()
 ()
 ()

Certificate PBAK





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Syahadah

Nomor : In.19/PP/PT/MAHAD AL-JAMIAH/327 /VII/2020

Diberikan kepada :

MASNIATI

NIM : 19 0403 0072

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut ini sesuai dengan peraturan yang berlaku
Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Empat Juli Dua Ribu Dua Puluh

Rektor IAIN Palopo



Dr. H. Pirol, M.Ag.
199403 1 004

Kapala Unit



Abd. Mardji Takwim, M.HI
19680503 199803 1 005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

TRANSKRIP NILAI MAHASISWA PROGRAM MAHAD AL-JAMIAH

NAMA : MASNIATI
NIM : 19 0403 0072
FAK/PRODI : FEBI/D2

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	Tahsinul Qiro'ah	I	90	A
2	Fiqh Ibadah	II	90	A
JUMLAH			180	
RATA-RATA			90,00	

Predikat Kelulusan : Amat Baik / Baik / Cukup / Kurang

Palopo, 04 Juli 2020

Kapala Unit

Al-Jami'ah IAIN Palopo



Abd. Mardji Takwim, M.HI
19680503 199803 1 005

RIWAYAT HIDUP



Masniati, lahir di Rakki-Rakki pada tanggal 16 September 1998. Penulis merupakan anak terakhir dari Enam bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Alm.Turusi dan ibu bernama Jari. Adapun riwayat pendidikan penulis, sekolah dasar (SD) di selesaikan pada tahun 2011 di SDN 2013 Urukumpung,sekolah menengah pertama (SMP) diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Negeri 1 Malili, dan sekolah menengah kejuruan (SMK) diselesaikan pada tahun 2017 di SMK Negeri 1 Luwu Timur. selanjutnya penulis melanjutkan pendidikanya pada bidang yang ditekuni, yaitu Prodi manajemen Bisnis Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

