

## ABSTRAK

Winda Alifia Farhani, 12101183025 *Perilaku Konsumen Promo Tebus Murah Alfamart Ditinjau Dari Hukum Islam*, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2023 Pembimbing : Dr. Nur Fadhilah, S.H.I., M.H.

Kata Kunci : hukum Islam, perilaku konsumen, promo tebus murah

Penelitian ini dilatarbelakangi perilaku konsumen yang seringkali tergiur dengan promo tebus murah Alfamart. Ketertarikan konsumen mendorong tindakan untuk menambah nominal belanja sehingga bisa mendapatkan produk promo. Perilaku konsumen promo tebus murah adalah isu yang menarik untuk dikaji menggunakan hukum Islam.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana perilaku konsumen promo tebus murah Alfamart Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo? 2) Bagaimana perilaku konsumen promo tebus murah Alfamart Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo dalam perspektif hukum Islam?

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis data kualitatif. Triangulasi digunakan untuk pengecekan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Perilaku konsumen tebus murah Alfamart Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo dapat dikemukakan dalam lima tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tingkah laku pasca pembelian. Pengenalan kebutuhan ditunjukkan dengan ketertarikan konsumen terhadap promo tebus murah yang terdapat di Alfamart Rejeni. Dalam hal pencarian informasi, konsumen mendapatkan informasi dari brosur yang disebar oleh karyawan Alfamart atau ditawarkan oleh petugas kasir. Konsumen selanjutnya melakukan evaluasi alternatif dengan mempertimbangkan apakah akan mengambil promo tebus murah dan menentukan produk yang menjadi pilihan. Keputusan pembelian mendorong konsumen untuk menambah nominal belanja agar bisa memenuhi ketentuan promo tebus murah. Tingkah laku pasca pembelian ditunjukkan konsumen dengan anggapan mereka bahwa jika belanja tanpa menggunakan promo tebus murah, maka konsumen akan membayar lebih mahal. Meskipun konsekuensinya, konsumen harus menyesuaikan nominal belanja untuk mencapai target promo tebus murah. 2) Dalam perspektif hukum Islam, perilaku konsumen promo tebus murah Alfamart telah memenuhi 4 prinsip yaitu: keadilan, kebersihan, kemurahan hati, dan moralitas. Namun, perilaku konsumen tidak memenuhi prinsip kesederhanaan, karena konsumen yang tergiur produk-produk tebus murah, menambahkan nominal belanjanya agar mencapai ketentuan untuk bisa mengikuti program promo. Hal ini adalah salah satu bentuk pemborosan yang tidak selaras dengan prinsip kesederhanaan.

## ABSTRACT

Winda Alifia Farhani, 12101183025 *Consumer Behavior of Alfamart Cheap Redeem Promo Reviewed from Islamic Law*, Department of Sharia Economic Law, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2023  
Supervisor: Dr. Nur Fadhilah, S.H.I., M.H.

Keywords: Islamic law, consumer behavior, cheap redemption promo

This research is motivated by consumer behavior which is often tempted by Alfamart's cheap redemption promo. Consumer interest encourages action to increase the nominal shopping so that they can get promo products. Consumer behavior is an interesting issue to be studied using Islamic law.

The formulation of the problem in this study is: 1) How is the consumer behavior of Alfamart Rejeni cheap redemption promo, Krembung District, Sidoarjo Regency? 2) How is the consumer behavior of Alfamart Rejeni cheap redemption promo, Krembung District, Sidoarjo Regency in the perspective of Islamic law?

This research is qualitative research. Data collection is done through observation, interviews, and documentation. Data analysis uses qualitative data analysis. Triangulation is used for checking the validity of data.

The results showed that: 1) Consumer behavior of Alfamart Rejeni cheap redemption, Krembung District, Sidoarjo Regency can be stated in five stages, namely need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision, and post-purchase behavior. The introduction of needs is shown by consumer interest in cheap redemption promos available at Alfamart Rejeni. In terms of information retrieval, consumers get information from brochures distributed by Alfamart employees or offered by cashiers. Consumers then evaluate alternatives by considering whether to take cheap redemption promos and determine the product of choice. The purchase decision encourages consumers to increase the nominal shopping in order to meet the provisions of the cheap redemption promo. Post-purchase behavior is shown by consumers with their assumption that if shopping without using cheap redemption promos, consumers will pay more. Despite the consequences, consumers must adjust the nominal shopping to achieve the target of cheap redemption promos. 2) In the perspective of Islamic law, the consumer behavior of Alfamart has fulfilled 4 principles, namely: justice, cleanliness, generosity, and morality. However, consumer behavior does not meet the principle of simplicity, because consumers who are tempted by cheap redemption products, add their shopping nominal in order to achieve the conditions to be able to participate in the promo program. This is one form of waste that is not in harmony with the principle of simplicity.

## تجريدي

ويندا أليفيا فرحاني , رقم دفتر قيد ٢٥٠٢٥٠١١٨٣٠١٢١٠١١٨٣٠٢٥ سلوك المستهلك في الفا مارت الاسترداد البثي الرخيص تمت مراجعته من الشريعة الإسلامية ، قسم القانون الاقتصادي الشرعي ، الجامعة الإسلامية الحكومية للسيد علي رحمة الله

السيد علي رحمة الله تولونغاونغ، ٢٠٢٣ المشرف: د. نور فضيلة، الماجستير..

الكلمات المفتاحية: الشريعة الإسلامية ، سلوك المستهلك ، ترويج الاسترداد الرخيص

هذا البحث مدفوع بسلوك المستهلك الذي غالباً ما يغريه عرض الفداء الرخيص لشركة في الفا مارت يشجع اهتمام المستهلك على اتخاذ إجراءات لزيادة التسوق الاسمي حتى يتمكنوا من الحصول على منتجات ترويجية. سلوك المستهلك هو قضية مثيرة للاهتمام يجب دراستها باستخدام الشريعة الإسلامية.

صياغة المشكلة في هذه الدراسة هي: (١) كيف هو سلوك المستهلك من في الفا مارت رجني الترويجي الاسترداد الرخيص ، منطقة ، منطقة كرمبوع ، سيدوارجو ؟ (٢) كيف هو سلوك المستهلك من الفامارت رجيني الترويجية الرخيصة الفداء ، منطقة كرمبونغ ، سيدوارجو ريجنسي في منظور الشريعة الإسلامية؟

هذا البحث هو بحث نوعي. يتم جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. يستخدم تحليل البيانات تحليل البيانات النوعية. يستخدم التثليل للتحقق من صحة البيانات.

أظهرت النتائج أن: (١) يمكن ذكر سلوك المستهلك للاسترداد الرخيص في الفا مارت رجني ، منطقة كرمبوع ، سيدوارجو، في خمس مراحل ، وهي التعرف على الحاجة ، والبحث عن المعلومات ، والتقييم البديل ، وقرار الشراء ، وسلوك ما بعد الشراء. يظهر إدخال الاحتياجات من خلال اهتمام المستهلك بعروض الاسترداد الرخيصة المتوفرة في الفا مارت رجني. فيما يتعلق باسترجاع المعلومات ، يحصل المستهلكون على المعلومات من الكتيبات التي يوزعها موظفو في الفا مارت أو يقدمها الصرافون. ثم يقوم المستهلكون بتقييم البدائل من خلال النظر فيما إذا كانوا سيأخذون عروض الاسترداد الرخيصة ويحددون المنتج المفضل. يشجع قرار الشراء المستهلكين على زيادة التسوق الاسمي من أجل تلبية أحكام عرض الاسترداد الرخيص. يظهر المستهلكون سلوك ما بعد الشراء مع افتراضهم أنه إذا كان التسوق دون استخدام عروض الاسترداد الرخيصة ، فإن المستهلكين سيدفعون أكثر. على الرغم من العواقب ، يجب على المستهلكين تعديل التسوق الاسمي لتحقيق هدف عروض الاسترداد الرخيصة. (٢) من منظور الشريعة الإسلامية ، حقق سلوك المستهلك في الفامارت ٤ مبادئ ، وهي: العدالة والنظافة والكرم والأخلاق. ومع ذلك ، فإن سلوك المستهلك لا يفي بمبدأ البساطة ، لأن المستهلكين الذين تغريهم منتجات الاسترداد الرخيصة ، يضيفون تسوقهم الاسمي من أجل تحقيق الشروط ليتمكنوا من المشاركة في البرنامج الترويجي. هذا هو أحد أشكال النفائات التي لا تتسجم مع مبدأ البساطة.