UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

# BAB III

# LANDASAN TEORI

## A. Keputusan Pembelian

MenurutNugorohokeputusanpembelianadalah peroses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya.[33]

Menurut Kotler Amstrong sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian konsumen biasanya melewati bebarapa tahap sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli tahap-tahap tersebut diantaranya: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, prilaku pasca pembelian.[34]

Menurut S.p Siagan, pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif dan mengambil tindakan yang tepat.[35]

Berdasarkan defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk dimana dalam setiap pembelian konsumen selalu mengkombinasikan sikap pengetahuan terhadap tahap-tahap yang akan dilewati dengan berbagai alternatif penyelesaian yang nyata sampai akhirnya dapat menentukan sikap dan mengambil tindakan yang tepat.

---

[33] Nugroho J. Setiadi, "*Prilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran"*,(Jakarta: Kencana, 2008),cet. ke 3,h. 415

[34] Kotler dkk, "*Prinsip Prinsip Pemasaran*" ahli bahasa Damos sihombing,(Jakarta: Erlangga, 2001), Ed. 8 h.222

[35] http://www.academica.edu/8524389/analisis_pengambilan_keputusan, di akses pada 5 Juni 2017

## B. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

### 1. Pengertian Pengaruh

Menurut kamus besar bahasa indonesia pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari suatu atau benda yang ikut membentuk watak, keprcayaan atau perbuatan seseorang. Sementara itu surakhmatd menyatakan bahwa pengaruh adalah kekuatan kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan terhadap apa apa yang ada disekelilingnya.[36] Berikut adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi prilaku seseorang terhadap keputusan pembelian :

a. Faktor Internal

1) Pribadi dan konsep diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.[37]

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karekteristik pribadi diantaranya umur, tahun siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.[38]

---

[36] http://yosiabdiantindaon.blogspot.in/2012/11/pengertian-pengaruh.html?m=1 diakses pada 21 Maret 2018

[37] Nugroho J. Setiadi,"*Op Cit*,h. 13

[38] Kotlerdkk,*Op Cit.*, h.206

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

2) Motivasi

Teori motivasi freud, mengasumsikan bahwa kekuatan kekuatan psikologis sebenarnya yang membentuk prilaku manusia sebagian besar dibawah sadar. Freud melihat bahwa seseorang akan dan proses penerimaan aturan sosial. Keinginan-keinginan ini tidak berhasil dihilangkan atau dikendalikan secara sempurna, dan biasanya akan muncul kembali dalam bentuk mimpi, salah bicara dan prilaku prilaku neoritas. [39]

3) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia.[40]

4) Sikap

Sikap adalah kecendrungan yang dipelajari dalam berprilaku dengan cara menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu[41]

b. Eksternal

1) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu paling besar dari keinginan dan prilaku seseorang. Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya - sub -budaya yang lebih kecil yang memberikan

[39] Nugroho J. Setiadi, *OpCit*, h.14
[40] *Ibid*, h. 15.
[41] Leon G. Schiffmen,dkk, *"Prilaku Konsumen"*, Pengalih bahasa Zoekifli kasip,(Jakarta:PT Indeks, 2008), cet. Ke 4,Ed. 8 h.222

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.[42]

2) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki, dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan prilaku yang serupa.[43]

3) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau prilaku seseorang. Beberapa diantaranya adalah *kelompokprimer*, seperti keluarga, teman, tetangga dan reakan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara continue dan informal. *kelompok skunder*, sepeerti kelompok keagamaan, profesional, dan asosiasi perdagagngan, yang cendrung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.[44]

[42]Nugroho J. Setiadi,*OpCit*, h.12
[43]*Ibid*
[44]*Ibid*

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4) Keluarga

Keluarga merupakan suatu komunitas masyarakat terkecil yang prilakunya sangat mempengaruhi dan menetukan dalam pengambilan keputusan.[45]

## C. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan prilaku pasca pembelian. Secra rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :[46]

1. Pengenalan kebutuhan

Pembeli menyadari terdapat perbadaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya.Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal dalam kasus pertama dari kebutuhan seseorang, yaitu rasa lapar, dahaga hingga suatu tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan.Atau suatu kebutuhan dapat timbul karena disebabkan rangsangan eksternal seseorang yang melewati sebuah toko roti dan melihat roti yang baru dibakar dapat merangsang rasa laparnya.

2. Pencarian informasi

Salah satu faktor kunci pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang mempertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan-keputusan membeli. Sumber-sumber informasi dapat dikelompokan menjadi empat kelompok :

[45]*Ibid*
[46]*Ibid.*, h. 16

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Sumber pribadi: kelurga, teman, tetangga, kenalan.

b. Sumber komersil : iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran.

c. Sumber umum: media masa, organisasi konsumen

d. Sumber pengalaman : pernah menangani, menguji, menggunakan produk

3. Evalusi Alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang dimana sertiap merek berada pada ciri masing-masing.Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

4. Keputusan Membeli

Tujuan pembelian dipengaruhi oleh faktor- faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-fakor seperti : pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang dharapakan, dan manfaat produk yang diharapkan. Pada saat konsumen ingin bertindak , faktor-faktor keadaan yang tidak terduga mungkin timbul dan mengubah tujuan membeli.

5. Prilaku pasca pembelian

Sesudah pembelian terhadap sesuatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsumen tersebut juga akan a terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak ak an berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

## D. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam islam, prilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik didunia dan akhirat.[47].

Batasan konsumsi dalam islam sebagaimana diuraikan dalam Alqur'an surat Al-Baqarah [2]:168-169:[48]

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ
إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ ١٦٨ إِنَّمَا يَأۡمُرُكُم بِٱلسُّوٓءِ وَٱلۡفَحۡشَآءِ وَأَن تَقُولُواْ عَلَى ٱللَّهِ
مَا لَا تَعۡلَمُونَ ١٦٩

Artinya: "168. Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.169. Sesungguhnya syaitan i tu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui."

[47] Muhammad Muflif, "*Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*",(Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2006), h.4

[48]Departemen Agama, *OpCit*, h.25

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Maslahah dalam prilaku konsumen islami

Ada dua bentuk konsep berfikir dalam dunia konsumen yang hadir dalam dunia ekonomi hingga saat ini.[49] konsep yang pertama adalah *utility*, hadir dalam ilmu ekonomi konvesional. Konsep utility diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam konsumsi barang dan jasa. Konsep kedua adalah *maslahah*, hadir dalam ilmu ekonomi islam. Konsep maslahah diartikan sebagai konsep pemetaan prilaku konsumen berdasarkan asas kebutuhan dan prioritas.

Syariah islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya. Pola konsumsi pada masa kini lebih menekankan aspek keinginan material dari pada aspek kebutuhan yang lainnya. Akibat dari rasionalitas yang lebih mendukung individualisme dan self interest, maka kesimbangan umum tidak dapat dicapai yang terjadi adalah munculnya sebagai ketimpangan dalam berbagai sosial ekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari ekonomi islam, dan usaha untuk mencapai itu adalah kewajiban dalam beragama.[50]

2. Kebutuhan dan Keinginan

Dalam ekonomi konvensional tidak membedakan antara keinginan dan kebutuhan, karena keduanya memberikan dampak yang sama apabila tidak tarpenuhi yaitu kelangkaan.

---

[49]Muhammad muflif, *OpCit*. h.93

[50] Mutafa Edwin Nasution" *pengenalan eklusif ekonomi islam* (Jakarta:Kencana,2010),Ed-1, Cet ke-3, h.63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Islam memiliki nilai moral yang ketat dalam memasukan keinginan dalam motif eknonomi.Kebutuhan didefenisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidup.Sementara keinginan didefenisikan sebagai kemauan manusia atas segala hal.Kebutuhan harus didahulukan dari pada keinginan.[51]

Konsep kebutuhan dalam islam bersifat dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat. Pada tingkat tertentu sebuah barang yang dulu dikonsumsi akibat motivasi keinginan, pada tingkat yang lebih baik barang tersebut telah menjadi kebutuhan.dengan demikian para meter yang membedakan defenisi kebutuhan dan konginan tidak bersifat statis, ia bergantung pada kondisi perekonomian serta ukuran kemaslahatan.[52]

## E. Tentang Relegiositas

### 1. Pengertian Relegiositas

Menurut Atang Abdul Hakim menjelaskan bahwa relegiositas itu adalah sikap hidup seseorang berdasarkan nilai-nilai yang diyakininya.[53] Dalam *kamus* besar bahasa indonesia relegiositas diaratikan pengabdian terhadap agama;kesalehan.[54]

Sedangkan menurut Kamus teologi inggris-indonesia yang dikutip dari Rizky Setia Wati, istilah relegiositas berasal dari bahasa inggris "*relegion*" yang berarti agama. Kemudian menjadi kata sifat "*relegius*"

[51] Akhmad mujahidin, *OpCit* h.97
[52] *Ibid*
[53] Atang Abd Hakim, *OpCit*h. 4
[54] Frista Artmanda,*OpCit* h.948

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang berarti agamis atau saleh dan selanjutnya menjadi kata keadaan "*relegiosity"* yang berarti keberagamaan atau kesalehan. Relegiositas atau *(relegiosity)* merupakan ekpresi spritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai serta hukum yang berlaku.[55]. Dalam perspektif islam, relegiositas merupakan perbuatan melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas apapun dalam rangka beribadah kepada Allah.[56]

**2. Dimensi Relegiositas**

Ada lima macam dimensi relegiositas dalam agama islam menurut glok dan stark dalam ancok dan suruso, lima dimensi tersebut yaitu[57]

a. Dimensi keyakinan

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang relegius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan meyakini doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan diamana para penganut dihaarapkan akan taat.

b. Dimensi praktek agama

Dimensi ini mencakup prilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukan komitmen pada agama yang dianut.Ada dua kelas penting dalam praktek agama yaitu *ritual*, mengacu pada seperangkat situs, tindakan keagamaan formal dan praktek-praktek suci yang semua pemeluk mengharapkan melaksanakan.*Ketaatan*,

[55] http://www.jejakpendidikan.com/2016/11/pengertian-relegiositas.html?m=1di akses pada 5 Juni 2017

[56] Djamaludin Ancok, dkk, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem Problem Psikologi*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2004). Cet. Ke. V. h. 79

[57] *Ibid.*,h.. 77

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Diemensi pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefenisikan oleh suatu kelompok keagamaan atau masyarakat yang melihat komunikasi dalam suatu esensi ketuhanan.

d. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan,ritus-ritus, kitab suci dan tradisi

e. Dimensi pengamalan atau konsekuensi

Dimensi ini mengacu identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan, seseorang dari hari kehari.

Ancok dan suroso berpendapat bahwa konsep glok dan stark mempunyai kesesuaian dengan islam, walapupun tak sepenuhnya sama, dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan *akidah*, dimensi praktek agama disejajarkan dengan *syariah*, dan dimensi pengalaman disejajarkan dengan *akhlak*. Ketiga dimensi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

f. Aqidah

Secara etimologi yaitu kepercayaan. Sedangkan secara teriminolgi disamakan dengan keimanan, yang menunjukan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran-ajaran

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agamanya yang bersifat fundamentalis dan dogmatis. Didalalam keberislaman, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para Malaikat, Nabi/Rosul, Kitab-kitab Allah, surga dan neraka serta qada dan qadar.

g. Syariah

Syariah merupakan peraturan-peraturan yang mengatur hubungan langsung seorang muslim dengan Allah dan sesama manusia, yang menunjukan seberapa patuh tingkat ketaatan seorang muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual yang dianjurkan dan diperintahkan oleh agamanya. Dalam dimensi syariah meliputi pelaksanaan sholat, puasa zakat, haji, membaca alqur'an, berdo'a berzikir dan sebagainya.

h. Akhlak

Dimensi ini menunjukan pada seberapa tingkatan muslim berprilaku dimotivasi oleh ajaran –ajaran agamanya , yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan sesama manusia. Dalam islam dimensi ini meliputi prilaku suka menolong, kerjasama menegakan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan menjaga amanat dan menjaga lingkungannya.

**3. Karakteistik Relegiositas**

Sikap keberagamaan akan terlihat dalam pola kehidupan, jika nilai-nilai agama yang mereka pilih dijadikan pandangan hidup, berikut ini adalah ciri-ciri orang yang memiliki relegiositas diantaranya:[58]

[58] Jalaludin, *Psikologi Agama*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2007), h. 107.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Menerima kebenaran agama berasarkan pertimbangan pemikiran yang matang, bukan sekedar ikut-ikutan.

b. Cendrung bersifat realis, sehingga norma-norma agama lebih banyak diaplikasikan dalam sikap dan prilaku.

c. Bersikap positif terhadap ajaran dan norma-norma agama, dan berusaha untuk mempelajari dan memperdalam pemahaman keagamaan

d. Tingkat ketaatan agama didasarkan atas pertimbangan dan tanggung jawab diri hingga sikap keberagamaan merupakan realisasi dari sikap hidup

e. Bersikap lebih terbuka dan wawasan yang lebih luas

f. Bersikap lebih kritis terhadap materi ajaran agama sehingga kemantapan beragama selain berdasarkan atas pertimbangan pikiran, juga berdasarkan pertimbangan hati nurani.

g. Sikap keberagamaan cendrung mangarah pada tipe-tipe kepribadian masing-masing, sehingga terlihat adanya kepribadian dalam menerima, memahami serta melaksanakan ajaran agama yang diyakininya.

h. Telihat adanya hubungan dan sikap keberagamaan dengan kehidupan sosial, sehingga perhatian terhadap kepentingan organisasi sosial keagamaan sudah berkembang.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## F. Relegiositas Dalam Konsumsi Islami

Keberagamaan atau relegiositas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas dalam agama tidak hanya terjadi ketika melakukan ritual (beribadah) , tetapi juga melakukan aktivitas lain yang didorong oleh keinginan supranatural.[59]

Dalam konsumsi misalnya, Konsumsi dalam islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang du nia yang cendrung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk prilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap manusia, sumber daya, dan ekologi.

Islam memberikan konsep pemuasan kebutuhan dibarengi kekuatan moral, ketiadaan tekanan batin dan a danya keharmonisan antara sesama.

Ada lima prinsip dasar prilaku konsumen islami dalam konsumsi di antaranya :[60]

1. Prinsip syariah: yaitu manyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dlam melakukan konsumsi dimana terdiri dari :prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk beibadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk dan khalifah yang nantinya dimintai pertanggung jawaban oleh pencipta (QS.Al-An'am: 165)[61]

وَهُوَ ٱلَّذِى جَعَلَكُمْ خَلَٰٓئِفَ ٱلْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَٰتٍ
لِّيَبْلُوَكُمْ فِى مَآ ءَاتَىٰكُمْ ۗ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ ٱلْعِقَابِ وَإِنَّهُۥ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌۢ ﴿١٦٥﴾

[59] Djmaludin Ancok,*dkk*, *OpCit*.,h. 76
[60]Akhmad Mujahidin,*OpCit*.,h.94
[61]Kementrian Agama, *OpCit* h. 150

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Artinya: *dan Dia lah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu Amat cepat siksaan-Nya dan Sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*

Prinsip ilmu yaitu ketika seseorang akan mengkonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dann hukum-hukum yang berkaitan dengan nya apakah halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya. Prinsip amaliah sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang dituntut untuk menjalankan apa yang sudah diketahui, maka dia akan mengkonsumsi yang halah dan meninggalkan yang syubhat.

1. Prinsip kuantitas: yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah di jelaskan dalam syariat islam, di antaranya: sederhana, yaitu mengkonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta, bermewah-mewah, mubazir, namun juga tidak pelit, (QS. Al- Isra: 27-29.)[62]

إِنَّ ٱلۡمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخۡوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِۖ وَكَانَ ٱلشَّيۡطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورٗا ٢٧
وَإِمَّا تُعۡرِضَنَّ عَنۡهُمُ ٱبۡتِغَآءَ رَحۡمَةٖ مِّن رَّبِّكَ تَرۡجُوهَا فَقُل لَّهُمۡ قَوۡلٗا مَّيۡسُورٗا
٢٨ وَلَا تَجۡعَلۡ يَدَكَ مَغۡلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبۡسُطۡهَا كُلَّ ٱلۡبَسۡطِ فَتَقۡعُدَ
مَلُومٗا مَّحۡسُورًا ٢٩

Artinya: 27. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.28.dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka

[62]Kementrian Agama, *OpCit* h. 284-285

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

> Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas[851].29. dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya[852] karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.

Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya.Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunnakan untuk konsumsi tetapi juga disimpan guna untuk kepentingan pengembangan kekayanan itu sendiri.

2. Prinsip prioritas:[63] dimana harus memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu Primer, adalah kebutuhan dasar yang harus terpenuhi supaya manusia dapat hidup dan menegakakan kemaslahatan dirinya di dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok. Skunder konsumsi untuk menambah/meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik, jika tidak terpenuhi maka manusia akan mengalami kesusahan, tresier yaitu konsumsi pelengkap manusia.
3. Prinsip sosial:[64] yaitu memperhatikan lingkungan social di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, diantaranya : kepentingan ummat, yaitu saling mananggung dan saling tolong menolong, sehingga Islam mewajibkan Zakat, bagi yang mampu, dan manganjurkan shodaqoh, infak dan wakaf. Keteladanan yaitu memberikan contoh yang baik dalam konsumsi baik dalam keluarga maupun

[63] Ahmad Mujahidin.,*OpCit*,h.95
[64]*Ibid*,96

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat. Tidak membahayakan orang yaitu dalam konsumsi justru tidak merugikan dan memberikan mudharat kepada orang lain.

4. Kaidah lingkungan[65] : yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi sumber daya alam dan keberlajutannya atau tidak merusak lingkungan.

## G. Konsep Pakaian Syar'i Dalam Islam

Selain masalah ibadah, Islam juga mengatur mengenai bagaimana ketentuan pakaian syar'i yang benar sesuai sesuai hukum yang berlaku dalam Al-Qur'an dan Hadist.Karena sesungguhnya Al-Qura'an dan Hadist adalah sumber hukum bagi umat manusia khususnya umat Islam. Berikut adalah beberapa ketentuan berpakaian yang syar'i dalam Islam :

1. Menutup seluruh tubuh kecuali telapak tangan dan muka

Pakaian yang digunakan hendakanya menutupi seluruh tubuh dan kecuali muka dan telapak tangan hal ini didasarkan pada QS. An-Nur Ayat 31[66]

وَقُل لِّلْمُؤْمِنَٰتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَٰرِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا ۖ وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ ....

Artinya: "Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya..."

[65] *Ibid*
[66] Kementrian Agama, *OpCit* h. 42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Pakaian yang digunakan harus longgar dan tidak memunculkan lekuk tubuh

Nabi Muhammad SAW bersabda[67]

حَدَّ ثَنِي زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ حَدَّثَنَا جَرِيْرٌ عَنْ سُهَيلٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ رَسُوْلُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ صِنْفَانِ مِنْ أَهْلِ النَّارِ لَمْ أَرَهُمَا قَوْمٌ مَعَهُمْ سِيَاطٌ كَأَذْنَابِ الْبَقَرِ يَضْرِبُونَ بِهَا النَّاسَ وَنِسَاءٌ كَاسِيَاتٌ عَارِيَاتٌ مُمِيلاَتٌ مَائِلاَتٌ رُءُوسُهُنَّ كَأَسْنِمَةِ الْبُخْتِ الْمَائِلَةِ لاَ يَدْخُلْنَ الْجَنَّةَ وَلاَ يَجِدْنَ رِيحَهَا وَإِنَّ رِيحَهَا لَيُوجَدُ مِنْ مَسِيرَةِ كَذَا وَكَذَ

"Zuhair telah memberitahukan kepadaku, Jarir telah memberitahukan kepada kamu , dari Shuail dari ayahnya, dari Abu Hurairah Radhiyallahu Anhu berkata: Rasulullah Shallallahu Alaihi wa sallam bersabda: " Ada dua golongan dari penduduk neraka aku belum pernah melihatnya mereka sebelumnya. (pertama) sekelompok kaum yang memiliki cambuk-cambuk seperti ekor sapi, yang mereka gunakan untuk memukuli orang-orang, (kedua) para wanita yang berpakaian tapi (hakikatnya) telanjang , berlenggak lenggok dan sombong, kepala mereka seperti punuk-punuk unta yang miring, mereka tidak masuk surga

3. Pakaian tidak transparan[68]

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ أَسْمَاءَ بِنْتَ أَبِي بَكْرٍ دَخَلَتْ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ , وَعَلَيْهَا ثِيَابٌ رِقَاقٌ فَأَعْرَضَ عَنْهَا ارَسُولُ للَّهِ,وَقَالَ يَا الْمَإِنَّ رْأَةَ إِذَا بَلَغَتْ الْمَحِيضَ ,لَمْ تَصْلُحْ أَنْ يُرَي مِنْهَا إِلَّا هَذَا وَهَذَا وَأَشَارَ إِلَى وَجْهِهِ وَكَفَّيْهِ

"Dari Aisyah, dia berkata Asma binti Abu Bakar menghadap Rasulullah SAW dengan memakai pakaian yang tipis, maka Rasulullah SAW berpaling darinya dan berkata"Wahai Asma jika wanita telah mengalami haid (baligh) maka dia tidak boleh memperlihatkan auratnya kecuali ini dan ini. Beliau memberi isyarat pada wajah dan kedua telapak tangan."(shahih), Al Hijab,24 (HR. Abu daud)

[67] Imam An-nawawi, *Syarah Sahih Muslim"*penerjemah bahasa Fathoni muhammad dkk,(Jakarta: Darus Sunnah Pers, 2014), cet. Ke. 2 h. 225

[68]Muhammad Nasharuddin Al-Albani, " *Shahih sunan Abu Daud*" penerjemah bahasa Tajuddin arief dkk, jilid 2 (Jakarta:PustakaAzzam, 2007). h. 826

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Tidak menyerupai pakaian laki-laki

Pakaian yang digunakan tidak boleh menyerupai pakaian laki-laki seperti sabda Nabi Muhammad SAW[69] :

عَنْ أَبْنِ عَبَّاسٍ، عَنْ النَّبِيِّ، أَنَهُ لَعَنَ الْمُتَشَبِّهَاتِ مِنْ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ، والْمُتَشَبِّهِينَ مِنْ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ

4097. Dari Ibnu Abbas, dari Rasulluah SAW : Sesungguhnya beliau melaknat wanita yang menyerupai laki-laki dan laki-laki yang menyerupai wanita (HR. Abu daud)

5. Bukan merupakan pakaian kemasyhuran[70]

عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ :قَالَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:مَنْ لَبِسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ أَلْبَسَهُ اللهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثَوْبَ مَذَلَّةٍ

"Dari Abdullah bin Amru RA, ia berkata,"Rasulullah SAW bersabda, barang siapa memakai pakaian dengan penuh kesombongan, maka Allah akan memakaikan kepadanya pakaian kehinaan pada hari kiama."(HR. Ibnu Majah)

[69]*Ibid*

[70] Muhammad Nasharuddin Al-Albani, " *Shahih sunan Ibnu Majah*" penerjemah bahasa mukhlis dkk, jilid 3, (Jakarta:PustakaAzzam, 2007). h. 291

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU