

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF  
DALAM PENGGUNAAN *SKINCARE* KOREA  
PADA SANTRIWATI GENERASI Z  
DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM  
SKRIPSI**



Oleh:

Nama: Fais Tanwirotul Fadhillah

Nim: 3118023

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA  
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM  
JOMBANG  
2022**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF  
DALAM PENGGUNAAN *SKINCARE* KOREA  
PADA SANTRIWATI GENERASI Z  
DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM  
SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi ilmu administrasi niaga (S1) dan mencapai gelar sarjana administrasi bisnis



Oleh:

Nama: Fais Tanwirotul Fadhillah

Nim: 3118023

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA  
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM  
JOMBANG  
2022**

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang, saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. kepada kedua orang tua saya bapak H Abdul Haris S. Ag dan ibu Hj Siti Aisah S. Ag terima kasih telah memberikan kasih sayang, dukungan serta doa kepada saya yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
2. kakak saya Farikhah Naili R. Amd Kep yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
3. kepada dosen pembimbing saya bapak M. Imsin S.E, MP dan ibu Abid Datul Mukhayyarah S. Sos, M. Si yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sabar dan telaten.
4. kepada seluruh rekan-rekan saya yang tidak bisa saya sebut satu-satu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. kepada teman-temanku semua Angkatan 2018 Prodi Administrasi Bisnis terima kasih dukungan dan semangat kalian semua.
6. kepada almamater tercinta Unipdu Fakultas Bisnis Bahasa Prodi Administrasi Bisnis
7. *Last But not least I wanna thanks me, I wanna thanks me for believing for me, I wanna thanks me for doing all this hard work, I wanna thanks me for having no days off, I wanna thanks me for never quitting ☺*

## **MOTTO**

Angin Tidak Berhembus Untuk Menggoyahkan Pepohonan, Melainkan Menguji  
Kekuatan Akarnya

Apa Yang Menjadi Takdirmu Akan Mencari Jalannya Untuk Menemukan  
Takdirmu

(Ali Bin Abi Tholib)

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF  
DALAM PENGGUNAAN SKINCARE KOREA  
PADA SANTRIWATI GENERASI Z  
DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM  
SKRIPSI**

Oleh:

Fais Tanwirotul Fadhilah

NIM: 3118023

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing:

Dosen Pembimbing I



Moh. Imsin, SE, MP

M. Imsin, SE, MP.

Dosen Pembimbing II



Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si

Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si

Mengetahui,

Ketua Program Studi:



Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si

Abid Datul Mukhoyaroh. S.Sos, M.Si  
NIPY: 11010614273

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF**  
**DALAM PENGGUNAAN SKINCARE KOREA**  
**PADA SANTRIWATI GENERASI Z**  
**DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM**

**SKRIPSI**

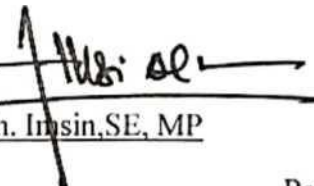
**OLEH :**

Fais Tanwirotul Fadhilah

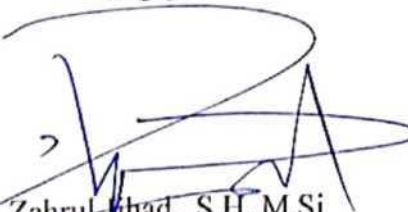
3118023

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal 29 Juni 2022 dan dinyatakan LULUS

Majelis Penguji : Ketua,

  
Moh. Imsin, SE, MP

Penguji I

  
H.M. Zahrul Jihad, S.H., M.Si

Penguji II

  
Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis Dan Bahasa:

  
  
Moh. Imsin, SE., MP

iii

## LEMBAR PERNYATAAN

Nama :Fais Tanwirotul Fadhillah

NIM :3118023

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Penggunaan *Skincare* Korea Pada Santriwati Generasi Z Di Pondok Pesantren Darul Ulum adalah benar karya sendiri. Hal-hal ini yang bukan karya saya didalam proposal tersebut diberi tanda dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi yang saya peroleh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jombang, 17 Mei 2022

Yang Menyatakan



Fais Tanwirotul Fadhillah

NIM:3118023

## PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penyusunan Proposal Skripsi dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Sholawat serta salam kami haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW dan para sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik sehingga akal dan fikiran penulis mampu menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Penggunaan *Skincare* Korea Pada Santriwati Generasi Z Di Pondok Pesantren Darul Ulum” semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafaat dalam menuntut ilmu.

Dengan selesainya penyusunan Proposal Skripsi, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Abdul Haris S.Ag Dan Ibu Siti Aisah S.Ag yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kakak saya Farikhah Naili Rohmah Amd. Kep yang selalu memberikan tampan bathin kepada saya untuk tetap semangat dalam menyelesaikan ini.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Zahro, M.A, selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
4. Kepada Bapak Mohammad Imsin, SE., MP selaku Dekan Fakultas Bisnis Dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.



5. Kepada Ibu Abid Datul Mukhayyaroh S. Sos, M. Si Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Bisnis Dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
6. Kepada Bapak Mohammad Imsin, SE., MP Selaku dosen pembimbing I
7. Kepada Ibu Abid Datul Mukhayyaroh S. Sos, M. Si Selaku dosen pembimbing II
8. Kepada seluruh staf prodi Administrasi Bisnis yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Kepada semua teman -teman prodi administrasi bisnis yang sudah memberikan dukungan non moril.
10. Kepada seluruh pihak yang terkait yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Kepada diriku sendiri Fais Tanwirotul Fadhilah yang selalu tetap optimis dalam menyelesaikan penelitian ini, *I love you and proud of my self.*

Dalam penulisan Proposal Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi susunan serta cara penulisan proposal ini, karenanya saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini sangat penulis harapkan.

Demikian pengantar dari Proposal Skripsi ini, semoga bisa bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan juga bagi para penyusun pada khususnya.

Jombang, 17 Mei 2022

Penulis

### ABSTRAK

Pondok Pesantren Darul Ulum merupakan salah satu pondok pesantren terbesar di Kabupaten Jombang berlokasi di Desa Rejoso, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang dimana para santri berasal dari berbagai daerah di Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai perilaku konsumtif dalam penggunaan skincare korea pada santriwati generasi z di pondok pesantren darul ulum. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, kesimpulan/verifikasi. Dengan 4 orang narasumber serta 1 orang triangulasi didapatkan hasil bahwa timbulnya perilaku konsumtif yang terjadi di pondok pesantren karna 2 faktor yaitu: factor internal dan factor eksternal.

**Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Skincare Korea, Santriwati, Generasi Z**

## **ABSTRACT**

Darul Ulum Islamic Boarding School is one of the largest Islamic boarding schools in Jombang Regency located in Rejoso Village, Peterongan District, Jombang Regency where students come from various regions in Indonesia.

This study aims to determine and describe the consumptive behavior in the use of Korean skincare in generation z female students at the Darul Ulum Islamic Boarding School. The method in this study uses a qualitative descriptive approach with observation, interviews, and documentation.

The data analysis technique in this research uses data reduction, data presentation, conclusion/verification. With 4 resource persons and 1 triangulation person, it was found that the emergence of consumptive behavior that occurred in Islamic boarding schools was due to 2 factors, namely: internal factors and external factors.

Keywords: consumptive behavior, Korean skincare, female students, Generation Z

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada masa remaja khususnya bagi perempuan berpenampilan menarik merupakan sesuatu hal utama bagi mereka, dimana pada masa ini mereka memasuki masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Dimasa peralihan ini mereka cenderung ingin menggunakan barang-barang yang belum tentu sesuai dengan kebutuhan mereka dan hanya sebatas keinginan mereka saja perilaku inilah yang disebut perilaku konsumtif. Timbulnya perilaku konsumtif pada remaja salah satunya mereka ingin dianggap keberadaanya dan diakui oleh lingkungan dengan berusaha diterima dalam lingkungan tersebut, menyebabkan remaja menggunakan barang-barang yang sedang populer mereka percaya dengan menggunakan barang tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri saat digunakan. Dari dunia bisnis konsumen usia muda menjadi segmen utama dimana konsumen berbelanja didominasi oleh perempuan dengan sebesar 53 % sedangkan laki-laki hanya sebesar 47% (Ikhsanti, 2015).

Dari banyaknya remaja yang berperilaku konsumtif tidak menghindari adanya perilaku konsumtif dari remaja yang berada di pondok pesantren, pondok pesantren adalah Lembaga Pendidikan non-formal yang fokus pembelajaran Al-Qur'an, akhlaq dan kitab-kitab klasik yang mencerminkan masa lalu, seiring perkembangan zaman pondok pesantren tidak hanya mengajarkan ilmu keagamaan saja namun ilmu pengetahuan umum lainnya seperti matematika, fisika dan lain-lain. Di Kabupaten Jombang terdapat salah satu pondok pesantren terbesar di Kabupaten Jombang yaitu Pondok Pesantren Darul Ulum didirikan oleh KH Tamim Irsyad

pada tahun 1885 M yang sekarang di ketuai oleh KH Kholil Dahlan memiliki kurang lebih 11 ribu santri dari berbagai daerah di Indonesia. Kebanyakan santri di Pondok Pesantren Darul Ulum dari kalangan remaja mulai dari usia 12 -24 tahun. Di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum mayoritas orang tua dari kalangan santri memiliki perekonomian yang cukup memadai dengan uang saku santri rata-rata 1 sampai 3 juta setiap bulannya serta mayoritas dari mereka memilih untuk mengelola sendiri keuangan mereka. Di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum memiliki fasilitas yang lengkap bagi para santri baik unit Pendidikan maupun kebutuhan sehari-hari, mulai dari makanan yang sudah di sediakan asrama jika bosan santri dapat membeli makanan yang dijual di luar asrama, makanan kecil ataupun minuman yang beraneka ragam serta pertokoan yang menjual berbagai macam kebutuhan sandang para santri di asrama atau di sekolah dan juga warung internet yang disediakan untuk mengakses informasi bagi santri.

Di Pondok Pesantren Darul Ulum mayoritas para santri berasal dari kalangan remaja yang berusia 12-24 tahun yang mana usia mereka memasuki dalam golongan generasi Z. Generasi Z sendiri merupakan generasi penerus setelah adanya generasi Y, generasi Z lahir pada rentang tahun 1995-2010 yang mana generasi Z ini lekat akan adanya teknologi, banyak istilah yang menjadi sebutan untuk generasi Z diantaranya yaitu: iGeneration, gen Net atau generasi internet, digital natives dan juga plurals, Generasi Z merupakan generasi yang actual terhadap isu-isu yang tersebar di media massa/ internet dimana generasi Z gemar dalam menggunakan teknologi dan sering kali tidak dapat dipisahkan dari perangkat digital (sumber suara.com, 2020)

Dalam setiap generasi sendiri memiliki karakteristik yang berbeda-beda salah satunya adalah generasi Z, dimana generasi Z ini memiliki karakteristik menguasai dalam mengakses informasi dan juga teknologi yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, 90 % kehidupan generasi Z mengakses internet setiap harinya melalui gadget yang membedakan dengan generasi sebelumnya generasi Z memiliki karakteristik Senang berbagi, ekspresif, fasih teknologi, dan juga multitasking (Dewey John, 2018). Dari hasil sensus penduduk yang dilakukan oleh badan pusat statistik (BPS) bahwa pada tahun 2020 menunjukkan penduduk Indonesia di dominasi oleh generasi Z yang mencapai 75,49 juta jiwa yang setara dengan 27,94 % dari total penduduk di Indonesia dari data administrasi kependudukan 2020 (antara, 2021).

Mudahnya generasi Z dalam mengakses segala informasi dari internet, salah satu informasi yang mereka cari yaitu tentang skincare yang di sebarakan oleh beauty influencer dan juga platform digital. Dimana generasi Z ini mereka lebih aware tentang skincare dibanding generasi sebelumnya yang sangat mengutamakan tentang keamanan produk perawatan yang akan digunakan label izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dianggap sangat penting sebagai jaminan aman produk, salah satu skincare yang ramai di perbincangkan generasi Z adalah Produk perawatan dari korea sudah dikenal dengan kualitasnya yang bagus dan juga kualitas dari kulit orang korea yang dikenal sehat dan glowing sehingga tidak heran produk perawatan kecantikan asal korea cukup ramai di perbincangkan oleh masyarakat Indonesia khususnya para generasi Z dimana sangat mendambakan memiliki kulit wajah seperti para idola mereka (sumber beautynesia, 2021). Peneliti

telah melakukan prasurvey di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum dengan penjual skincare yang berada disana dimana tingkat pembelian terhadap skincare korea mencapai kurang lebih 1.500 pcs/tahun serta Wanita Indonesia lebih menggemari produk skincare dari negara asia, dibuktikan dengan negara korea selatan yang masih menjadi negara dengan produk skincare yang paling diminati oleh Wanita Indonesia sebanyak 57,6% dari generasi Z sendiri sebanyak 64,8 % (ZAP Beauty index 2020)

Direktur riset kata data insight center mulya amri mengatakan generasi Z & milenial berkontribusi sebesar 85% dari total transaksi di E-commerce pada tahun 2019 (Tempo.Co, 2022). Serta dari data yang dikeluarkan oleh asosiasi digital marketing pada tahun 2020 skincare masuk dalam urutan ke2 dari 40 daftar kategori produk paling laris di marketplace tahun 2020 dengan pencapaian rata-rata penjualan 5,7 juta per pcs/bulannya serta menempati urutan ke 2 produk kecantikan terlaris di E-Commerce terbesar di Indonesia (shopee, Tokopedia, Lazada) (sumber Digimind.id, 2020).



*Gambar 1.1*

*Contoh Skincare Korea Dengan Artis Korea*

dari uraian yang telah dijelaskan diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul

**“Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Penggunaan Skincare Korea Pada Santriwati Generasi Z Di Pondok Pesantren Darul Ulum”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah analisis perilaku konsumtif dalam penggunaan skincare korea pada santriwati generasi Z di Pondok Pesantren Darul Ulum?

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih fokus penelitian membatasi penelitian ini mengenai perilaku konsumtif dilakukan pada 4 asrama (Muzamzamah-choisiyah, Hurun Inn, khodijah, Arrisalah). 4 asrama tersebut merupakan asrama terbesar di Pondok Pesantren Darul Ulum dengan frekuensi jumlah santri yang lebih banyak dari beberapa asrama di Pondok Pesantren Darul Ulum.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku konsumtif dalam penggunaan skincare korea pada santriwati generasi Z di Pondok Pesantren Darul Ulum

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis dan praktis

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan kajian dalam menganalisis perilaku konsumen di lingkungan pesantren.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang analisis perilaku konsumtif di lingkungan pesantren.

## **1.6 Sistematika Penulisan**



Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan sistematika penulisan untuk memudahkan pembaca mengetahui maksud dilakukannya penelitian skripsi sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan Pustaka berisi tentang penelitian terdahulu yang sejenis dan landasan teori serta kerangka pemikiran.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan, berisi tentang desain penelitian, ruang lingkup penelitian, penetapan dan waktu penelitian, focus penelitian, pemilihan informan, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

#### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian mengenai variable yang diteliti dan analisis terhadap hasil penelitian tersebut.

#### **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Selain itu peneliti memberi saran guna memperbaiki di masa yang akan datang.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan acuan dalam penelitian yang relevan dengan masalah yang menjadi objek peneliti, maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil dari penelitian terdahulu.

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Persamaan dan perbedaan
1.	Bianca Nungki Abdullah (2019)	Analisis Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Pada Remaja Putri	Kualitatif	Perilaku konsumtif pada siswi SMA di kota malang menunjukkan aktifitas dalam perilaku konsumsi yang lebih tinggi secara signifikan.	<b>Persamaan:</b> 1. Perilaku konsumtif 2. Metode kualitatif <b>Perbedaan</b> 1. Objek penelitian di SMA kota Malang
2	Aviv Qurota A'yuni (2019)	Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Darul Fikri Bringin, Kauman, Ponorogo Dalam Prespektif Ekonomi Islam	Kualitatif	Perilaku konsumtif santriwati pondok pesantren darul fikri lebih memprioritaskan pada keinginan untuk membeli jajan dan pakaian karna tidak ada Batasan dari pihak pondok	<b>Persamaan:</b> 1. Perilaku konsumtif di pesantren 2. Metode kualitatif <b>Perbedaan:</b> 1. Tidak pada remaja generasi Z 2. Perilaku konsumtif pada pakaian dan makanan

3.	Nurul Hasanah (2020)	Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pada Produk Yang Berkaitan Dengan Kpop Di Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta (Perpektif Maqosid Syari'ah)	Kualitatif	Mayoritas mahasiswi Yang menyukai /sekindar mengetahui KPOP mengkonsumsi produk yang berkaitan dengan KPOP sampai mengesampingkan kebutuhan dasar.	<p><b>Persamaan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku konsumtif</li> </ol> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek penelitian di kalukan di universitas</li> <li>2. Perilaku konsumtif pada hal yang berhubungan dengan KPOP</li> </ol>
4.	Rinjana Maulia Afifah (2021)	Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Era Pandemic Di Desa Drancang, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik	Kualitatif	Perilaku konsumtif remaja muslim tetap terjadi walau masa pandemic covid 19 karena adanya diskon yang mendorong remaja lebih antusias	<p><b>Persamaan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku konsumtif pada remaja muslim</li> <li>2. Metode penelitian kualiatatif</li> </ol> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek penelitian dilakukan di kota Gresik</li> <li>2. Perilaku konsumtif cenderung pada banyak produk</li> </ol>
5.	Ayuni, Pudjo Suhaso, Sukidin (2014)	Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo ( Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumtif terhadap kosmetik branded pada mahasiswi dipengaruhi oleh tujuan mahasiswi untuk mempertahankan citra diri yang dipengaruhi oleh moderenisasi, symbol dan status	<p><b>Persamaan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku konsumtif</li> <li>2. Menggunakan metode kualitatif</li> </ol> <p><b>Perbedaan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objek penelitian dilakukan di universitas abduchaman saleh kota situbondo</li> </ol>

6.	Laela Nur Insani (2017)	Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kampus II Universitas Islam Negri Alauddin Samata Gowa	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak mahasiswa yang cenderung berperilaku konsumtif berdasarkan 3 bentuk perilaku konsumtif yaitu belanja keperluan penampilan, makanan, cara mengisi waktu luang seperti shopping mall.	<b>Persamaan:</b> 1. Perilaku konsumtif 2. Metode penelitian kualitatif <b>Perbedaan :</b> 1. Objek penelitian 2. Perilaku konsumtif pada makanan dan juga fashion
7.	Elsa Monica (2015)	Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Perkotaan Dalam Penggunaan Produk Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan	kualitatif	Menjamurnya klinik kecantikan di kota Surabaya merupakan bentuk simulacra. Hipperrealitas yang terjadi pada mahasiswa adalah efek ketergantungan dalam mengkonsumsi produk perawatan wajah sehingga perilaku konsumtif tidak dapat terhindar.	<b>Persamaan:</b> 1. Perilaku konsumtif 2. Produk kecantikan <b>Perbedaan:</b> 1. Objek penelitian

**Tabel 2.1**  
**penelitian terdahulu**

Dari penelitian yang sudah dilakukan diatas memiliki persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu sama meneliti tentang perilaku konsumtif pada remaja serta metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Dan ada perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan peneliti sekarang yaitu objek penelitian dilakukan di pondok pesantren Darul ulum pada santriwati generasi Z. berikut ini adalah uraian singkat dari table 2.1 penelitian terdahulu:

1. Bianca Nungki Abdullah (2019) dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Pada Remaja Putri” metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada siswi SMA di kota malang rata-rata 3.130 yang menunjukkan aktifitas dalam perilaku konsumsi yang lebih tinggi secara signifikan. Selain itu rata-rata minat berperilaku konsumtif memiliki skor sebesar 3.080 yang menunjukkan bahwa minat untuk berperilaku konsumtif tergolong tinggi. Persamaan pada penelitian ini adalah sama menganalisis perilaku konsumtif produk kosmetik pada remaja putri serta peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, dan perbedaan pada penelitian ini adalah objek penelitian dilakukan di SMA kota malang sedangkan peneliti sekarang dilakukan di pondok pesantren darul ulum, produk kosmetik saja tanpa menyebutkan kosmetik yang khusus.
2. Aviv Qurota A’yuni (2019) dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Darul Fikri Brigin, Kauman, Ponorogo Dalam Prespektif Ekonomi Islam” dengan hasil bahwa perilaku konsumtif santriwati pondok pesantren darul fikri dari segi kebutuhan harian lebih memprioritaskan pada keinginan membeli makanan diluar pondok dan pakaian yang melebihi kapasitas faktor santriwati berperilaku konsumtif adalah faktor eksternal yaitu kelompok acuan dan lingkungan pondok pesantren. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, persamaan pada penelitian ini yaitu sama-samaaaa menganalisis perilaku konsumtif di pondok pesantren dan metode penelitian kualitatif, perbedaan pada

penelitian ini yaitu objek penelitian dilakukan di pondok pesantren darul fikri dan tidak membahas produk kosmetik.

3. Nurul Hasanah (2020) dengan judul “Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pada Produk Yang Berkaitan Dengan KPOP Di Universitas Islam Negri Kalijaga Yogyakarta ( Prespektif Maqosid Syariah)” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif hasil penelitian di temukan bahwa mayoritas mahasiswi yang menyukai atau sekedar mengetahui KPOP, membeli atau mengkonsumsi produk yang berkaitan dengan KPOP, sesuai dengan kebutuhan mereka mayoritas yang di konsumsi adalah produk kecantikan dan rela menyisihkan uang jajan bahkan sampai menyampingkan kebutuhan dasar. Persamaan pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif pada remaja, metode penelitian kualitatif, membahas produk yang berkaitan dengan KPOP sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah objek penelitian dilakukan di universitas islam negri sunan kalijaga Yogyakarta, produk yang berkaitan dengan KPOP bukan hanya skincare korea saja.
4. Rinjana Maulia Afifah ( 2021) dengan judul “Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Era Pandemic Di Desa Drancang, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik” metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan hasil perilaku konsumtif remaja muslim tetap terjadi walau pada masa pandemic covid 19 karna banyaknya potongan ongkos kirim dan diskon yang mendorong remaja antusias dalam melakukan pembelian, perilaku konsumtif remaja dibuat untuk mengikuti perkembangan zaman nilai tanda atau citra sebagai tuntutan lingkungan untuk tetap terlihat menarik.

Persamaan pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif pada remaja, metode penelitian menggunakan kualitatif sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu objek penelitian dilakukan di kota Gresik dan perilaku konsumtif pada banyak barang tidak khusus.

5. Ayuni, Suhaso, Sukidin (2014) dengan judul “ Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo ( Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded) menggunakan metode penelitian kualitatif hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi mahasiswi fakultas ekonomi jurusan manajemen Angkatan 2014 mengalami peningkatan, perilaku konsumtif terhadap kosmetik bermerek di pengaruhi oleh tujuan mahasiswi untuk mempertahankan citra, harga diri dan cara pandang mereka terhadap suatu hal. Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu status mahasiswa yang sangat di pengaruhi oleh teman sebaya. Persamaan pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif dan menggunakan metode penelitian kualitatif perbedaan pada penelitian ini adalah objek penelitian dilakukan di universitas abdurachaman saleh kota situbondo.
6. Laela Nur Insani (2017) dengan judul penelitian “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kampus II Universitas Negri Alaudin Samata Gowa” menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian bahwa banyak mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif berdasarkan tiga bentuk perilaku konsumtif yaitu makanan, belanja keperluan penampilan “ fashion”, cara mengisi waktu luang dengan pergi shopping

mall. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pengaruh gaya hidup yang mengikuti trend sekarang dan pengaruh lingkungan pergaulan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti perilaku konsumtif dan menggunakan metode kualitatif perbedaan pada penelitian ini yaitu objek penelitian dilakukan di kota Makassar dan perilaku konsumtif pada makanan dan juga pakaian tidak pada kosmetik.

7. Elsa Monica (2015) dengan judul penelitian “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Perkotaan Dalam Penggunaan Produk Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan” menggunakan metode penelitian kualitatif hasil penelitian bahwa menjamurnya klinik kecantikan di kota Surabaya merupakan bentuk simulacra. Klinik kecantikan melakukan promosi lewat media sosial. Hipperrealitas terjadi pada mahasiswa karna efek ketergantungan dalam mengkonsumsi produk perawatan wajah sehingga perilaku konsumtif tidak dapat dihindari. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menganalisis tentang perilaku konsumtif pada produk kecantikan, menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan perbedaan pada objek penelitian dilakukan di kota Surabaya.



## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2009) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan juga keinginan mereka.

Menurut Schiffman & Kanuk (2008) perilaku konsumen adalah studi tentang seseorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Menurut Gerald Zaldman Dalam Hadiyati Fitri Dan Endang Ahmad Yani (2013) Perilaku konsumen adalah Tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.

The American Marketing Association (1995) dalam Peter dan Olson mendefinisikan perilaku konsumen sebagai “*the dynamic interaction cognition, behavior and environmental events by which human beings exchange aspect of their lives*” artinya perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungan manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Menurut Kotler dan Keller (2009) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

#### 1. Faktor kebudayaan

Faktor-faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli.

- a. Sub budaya adalah merupakan kelompok yang lebih kecil yang berbagi system nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Meliputi agama, ras, kelompok, darah geografis
- b. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagai nilai, minat, perilaku yang sama.

#### 2. Faktor sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa sub faktor seperti kelompok acuan/ referensi, keluarga, peran dan status

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan adalah sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan seseorang sebagai dasar untuk perbandingan/referensi dalam membentuk respon afektif dan kognitif perilaku. Kelompok acuan memberikan standart yang akan mempengaruhi perilaku seseorang.

b. Keluarga

Keluarga merupakan peran yang paling penting dalam perilaku manusia sehingga perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh keluarga.

c. Peran dan status

Peran terdiri dari kegiatan yang dilakukan oleh seseorang baik di keluarga atau organisasi yang diharapkan dapat memberilakan status pada seseorang . seseorang memilih produk yang menggambarkan dan mengkomunikasikan peran mereka dan setiap peranan akan membawa status berupa penghargaan umum yang diberikanoleh masyarakat.

3. Faktor pribadi

Faktor pribadi memiliki sub faktor yaitu: usia& tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup.

a. Usia dan tahap siklus hidup

Orang akan membeli produk berbeda sepanjang usia mereka dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Kebutuhan seseorang akanberbeda dalam jumlah ataupun jenisnya sejalan dengan usianya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya setiap perusahaan dapat memproduksi produk sesuai dengan kebutuhan kelompok pekerjaan tertentu.

c. Keadaan ekonomi

Seseorang akan memilih produk sesuai dengan keadaan ekonominya, keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan milik kekayaan, kemampuan miminjam dan sikap terhadap pengeluaran.

d. Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang unik yang menyebabkan tanggapan dan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Selain itu konsumen juga memilih dan menggunakan merk sesuai dengan dirinya sebagai individu, dan juga didasarkan pada pandangan orang lain terhadap diri kita.

e. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup individu dalam kehidupan sehari-harinya berupa kegiatan, minat, pendapat(opini) yang bersangkutan. Gaya hidup menggambarkan sesuatu yang lebih dari su-budaya kelas sosial, bahkan dari pekerjaan yang sama memiliki gaya hidup yang berbeda.

4. Faktor psikologis

Faktor psikologis merupakan faktor pilihan seseorang yang dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori.

a. Motivasi

Motivasi merupakan kekuatan yang mengendalikan individu dalam bertindak untuk mendapatkan kebutuhan yang belum terpenuhi.

b. Persepsi

Persepsi merupakan proses dalam memilih, mengatur, dan menterjemahkan informasi untuk menciptakan artian gambaran yang diterimanya.

c. Pembelajaran

Proses individu mendapat pengetahuan dan pengalaman membeli dan mengkonsumsi produk/jasa yang di terapkan untuk perilaku pembelian pada masa mendatang.

d. Memori

Semua informasi dan pengalaman yang dialami akan tertanam dalam jangka Panjang pada ingatan manusia.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti dari faktor kebudayaan berupa kelas sosial dan sub budaya, faktor sosial berupa kelompok acuan, keluarga, peran dan status, faktor pribadi berupa keadaan ekonomi, gaya hidup, pekerjaan, faktor psikologis berupa motivasi, pembelajaran dan memori.

### 2.2.2 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah Tindakan membeli barang bukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi keinginan yang dilakukan secara berlebihan dan juga menimbulkan pemborosan dan efisiensi biaya Menurut Suyasa Dan Fransisca( Dalam Rosyid, Lina Dan Rosyid, 1997) kata konsumtif memiliki arti boros, dalam menggunakan barang ataupun jasa secara berlebihan (Gumulya& Widiastuti, 2013). Grinder (dalam Rosyid, Lina, Rosyid, 1997) memberikan pengertian pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan Hasrat kesenangan saja disebut perilaku konsumtif.

### Karakteristik perilaku konsumtif

Ciri-ciri perilaku konsumtif (Astarsari& Sahra, 2006)

1. Remaja mudah terpengaruh oleh rayuan penjual
2. Mudah terbujuk iklan
3. Tidak berpikir hemat
4. Kurang realistis,romastis, dan mudah terbujuk (impulsive)

### Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Mangkunegara (2005: 39) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal:

#### Faktor internal

Faktor internal juga mempengaruhi seseorang dalam memiliki gaya hidup konsumtif (Mangkunegara 2005: 45) diantaranya:

#### 1. Motivasi

Merupakan suatu bentuk sifat ynag ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya.

#### 2. Pengamatan dan proses belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya, pengalaman belajar konsumen akan menentukan Tindakan dan pengambilan keputusan membeli.

#### 3. Kepribadian dan konsep diri(Kotler,1994:45)

Dalam hubungan konsep diri dengan perilaku konsumen perlu menciptakan situasi yang sesuai dengan diharapkan oleh konsumen, konsep diri ideal adalah bagaimana diri kita yang kita inginkan.

#### 4. Kepercayaan

Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau merek mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan suatu Tindakan atau aktivitas.

#### <sup>2</sup> Faktor eksternal

Perilaku konsumtif di pengaruhi oleh lingkungan yang dilahirkan dan dibesarkan <sup>2</sup> faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok anutan, dan keluarga. Faktor eksternal yaitu:

##### 1. Kebudayaan

Didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat.

##### <sup>6</sup> 2. Kelas sosial

Kelas sosial sebagai kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.

##### 3. Kelompok anutan

Kelompok anutan merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen,

pengaruh kelompok anutan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok.

4. Keluarga Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 2005:44).

### 2.2.3 Generasi Z

Menurut Kupperschmidt's (2000) mentakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu yang mempenagruhi fase pertumbuhan. Kemajuan zaman menyebabkan komposisi penduduk tiap generasi berubah, usia produktif dan Angkatan kerja maka jumlah kelompok generasi X dan Y yang terbanyak selain itu mulai lahir generasi Angkatan kerja yang disebut generasi Z.masuknya generasi Z did alam kelompok generasi Menurut Penelitian Bencsik, Csikos, Dan Juhez (2016) dilihat dari table berikut:

Tahun kelahiran	Nama generasi
1925-1946	Veteran generation
1946-1960	Baby boom generation
1960-1980	X generation
1980-1995	Y generation
1995-2010	Z generation
2010+	Alfa generation

**Tabel 2.3**

***Kelompok Generasi***

Forbes magazine membuat survey tentang generasi Z di amerika utara&selatan, afrika, eropa, asia dan timur tengah bahwa generasi Z adalah generasi global pertama yang nyata. Teknologi ada dalam darah mereka dan tumbuh dilingkungan yang tidak pasti dan kompleks yang menentukan pandangan mereka tentang pekerjaan, belajar dan dunia. perbedaan karakteristik yang signifikan antara generasi Z dengan generasi lain salah satunya yaitu penguasaan terhadap informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses informasi, khususnya internet menjadi budaya global.

**2.2.4 Kosmetik**

Pengertian kosmetik dalam peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/MenKes/PerMenKes/1998 adalah panduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian luar) gigi, dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya Tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati /menyembuhkan suatu penyakit. Dalam definisi kosmetik yang dimaksud “tidak dimaksudkan untuk mengobati suatu penyakit” adalah tidak mempengaruhi struktur dan faal kulit( Tranggono, 2007:6)

Kosmetik jaman dulu mempunyai tujuan untuk melindungi diri dari alam( panas,dingin serta iritasi) namun pada jaman sekarang mempunyai tujuan yang berbeda seperti untuk kebersihan pribadi, perasaan tenang, meningkatkan daya Tarik melalui make up, mengkatkan rasa percaya diri, melindungi kulit dari sinar UV, polusi, dan membantu seseorang lebih meyakini dan menghargai hidup( Tranggono, 2007: 7)

Tranggono & Latifah (2011) Penggolongan kosmetik menurut kegunaanya bagi kulit ada 2 yaitu:

1. Kosmetik perawatan kulit (skincare Cosmetics)  
Termasuk didalamnya untuk merawat kebersihan dan Kesehatan kulit
  - a. Kosmetik untuk membersihkan kulit (cleanser): facial wash, micellar water, cleansing milk, cleansing balm.
  - b. Kosmetik untuk melembabakan kulit(moisturizer) misalnya moisturizer cream, night cream
  - c. Kosmetik pelindung kulit:sunscreen cream, sunblock lotion/cream
  - d. Kosmetik untuk menipiskan kulit seperti scrub cream, serum peeling
2. Kosmetik riasan (make up)  
Kosmetik jenis ini digunakan untuk merias dan menutup cacat pada kulit sehingga menghasilkan penampilan yang lebih menarik dan juga meningkatkan kepercayaan diri. Kosmetik riasan terbagi menjadi 2 golongan yaitu:
  - a. Kosmetik dekoratif hanya menimbulkan efek pada permukaan serta penggunaan sebentar seperti lipstick, eye-shadow, blush on, dan lain- lain
  - b. Kosmetik dekoratif yang efeknya mendalam dan butuh waktu lama untuk luntur seperti cat rambut, pengeriting rambut.

### 2.2.5 Pesantren

Pesantren merupakan Lembaga Pendidikan tertua di Indonesia dan tempat berlangsungnya proses pembelajaran khusus tentang kajian keislaman, yang memiliki sistem kompleks dan dinamis. Dalam kegiatannya pesantren melibatkan banyak sumber daya Pendidikan karena pesantren sebuah satuan Pendidikan yang mengkaji disiplin ilmu agama



serta organisasi pembelajaran yang membutuhkan pengelolaan sumber daya Pendidikan termasuk sumber daya belajar (Diambil Dari Majalah Online Nasional Indonesia, 2012).

penyelenggaraan Lembaga Pendidikan pesantren berbentuk asrama merupakan komunitas tersendiri di bawah pimpinan kyai atau ulama dibantu oleh seseorang/ beberapa orang yang hidup bersama di tengah- tengah santri dengan masjid sebagai pusat kegiatan peribadatan keagamaan. Selama 24 jam dari waktu ke waktu mereka hidup kolektif antara kyai, ustadz, santri dan pengasuh sebagai satu keluarga besar (Hayati, 2011)

Ada beberapa elemen pesantren yang membedakan dengan Lembaga lain yaitu:

1. Pondok sebagai tempat menginap para santri
2. Santri sebagai peserta pendidik
3. Masjid sebagai sarana ibadah dan pusat kegiatan pesantren
4. Kyai kyai/ulama sebagai seseorang yang memiliki kelebihan dari sisi agama
5. Kitab kuning sebagai referensi pokok dalam kajian keislaman (Dhofier, 1982).

Dalam perkembangannya pesantren memiliki klasifikasi dalam sistem pendidikannya menjadi:

1. Pesantren Salaf

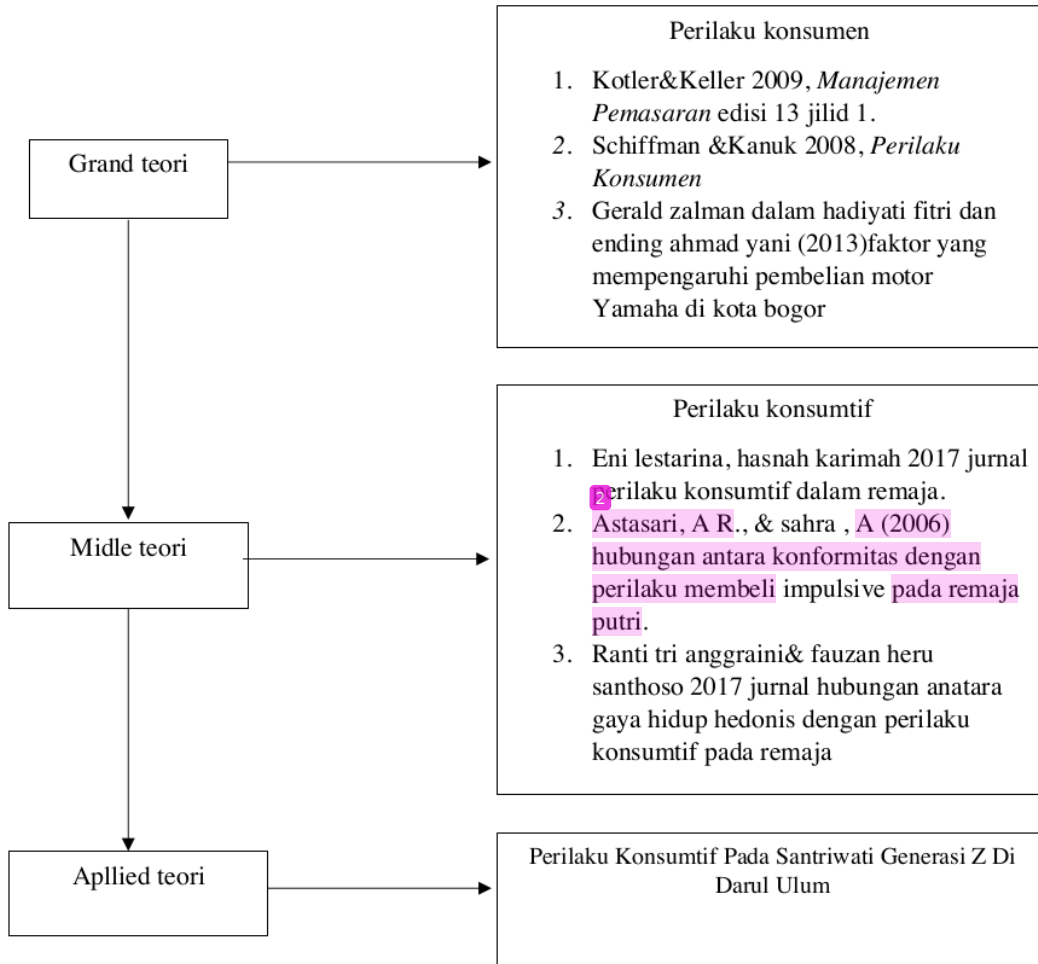
Pesantren model ini memiliki karakteristik diantaranya yaitu pengajian terbatas pada kitab kuning, intensifikasi musyawarah (bahtsul masail), berlaku system diniyah (klasikal), pakaian, tempat dan lingkungan mencerminkan masa lalu sebagaimana di terapkan di pondok pesantren lirboyo kediri, al-anwar sarang rembang, pacol gowang jombang.

## 2. Pesantren Modern

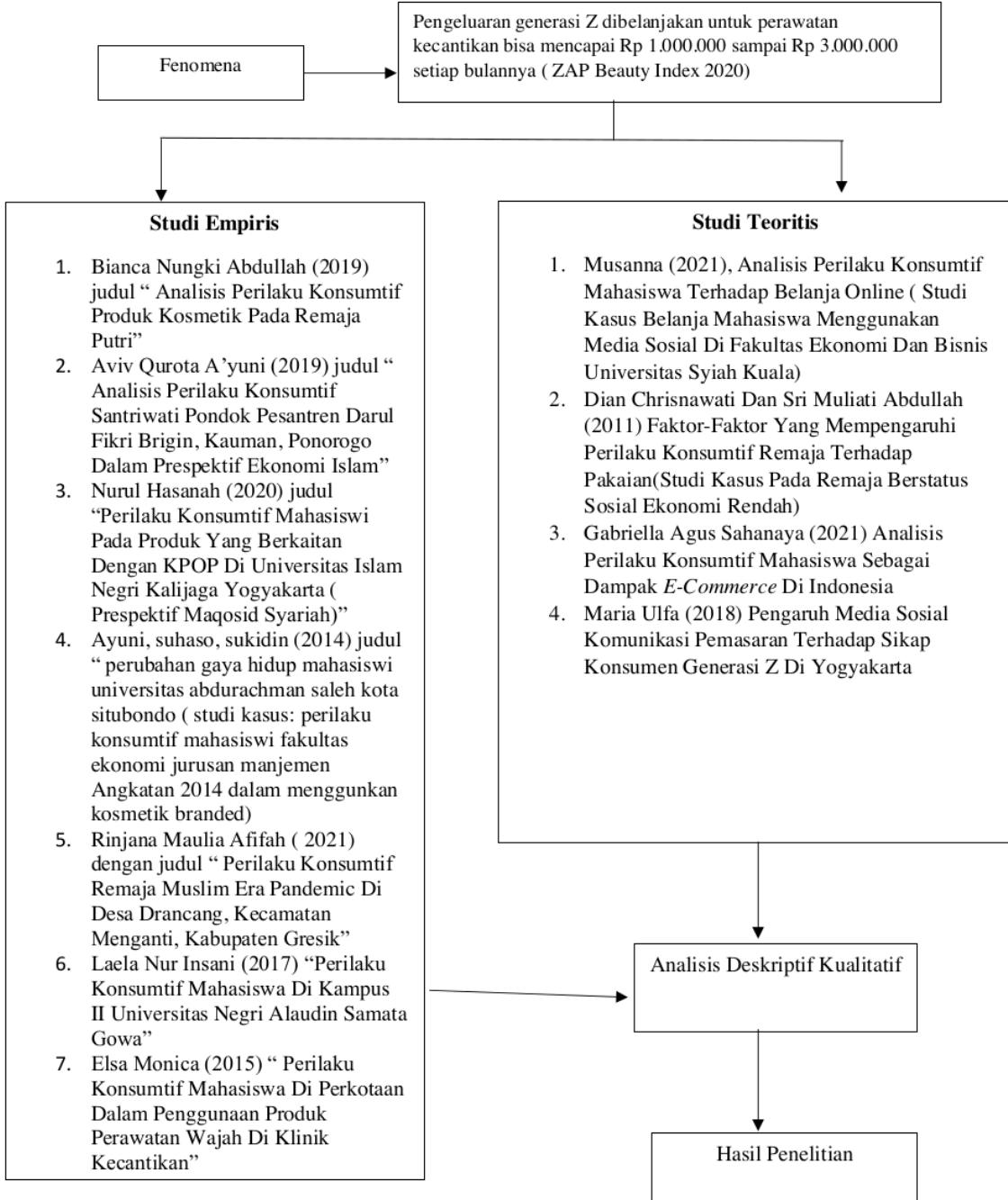
Pesantren modern memiliki beberapa karakteristik diantaranya yaitu penguasaan Bahasa asing (arab dan inggris), tidak ada pengajian kitab-kitab klasik (kitab kuning), kurikulumnya mengadopsi kurikulum modern, model pesantren ini tidak terlepas dari kelebihan dan kekurangan. Kelebihan diantaranya penekanan pada rasionalitas, orientasi pada masa depan, persaingan hidup dan penguasaan teknologi. Kekurangan yaitu lemahnya penguasaan khazanah klasik, mayoritas tidak mampu membaca kitab kuning.

## 3. Pesantren Semi Salaf -Modern

Pesantren semi salaf -modern memiliki karakteristik yaitu adanya pengajian kitab klasik (kitab kuning) seperti jurumiyah, ta'lim muta'alim, ada kurikulum moder seperti Bahasa inggris, matematika, fisika, memiliki independensi dalam menentukan arah dan kebijakan, ada ruang kreatifitas untuk para santri seperti diskusi, keorganisasi, lomba-lomba. (Sumber Dari Jejak Pendidikan, 2017)



kerangka pemikiran



### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

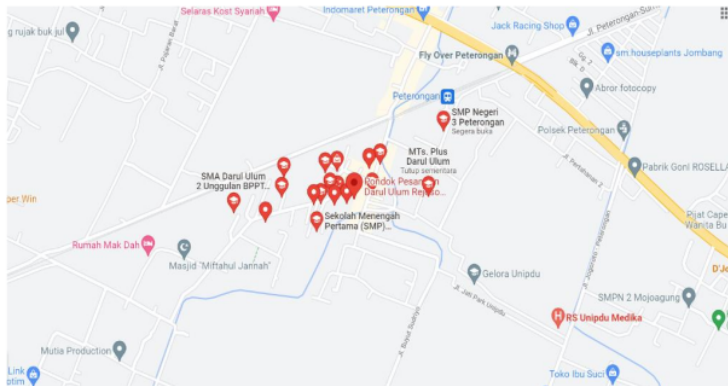
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian untuk memahami fenomena dengan cara deskriptif dalam kata-kata serta Bahasa dengan data-data yang di dapatkan di lapangan. Penelitian kualitatif adalah mengumpulkan data dan informasi mengenai suatu gejala yang ada, yaitu keadaan menurut apa adanya pada saat penelitian itu dilakukan. Penelitian kualitatif mengungkapkan fenomena pada suatu objek yang ingin di teliti secara mendalam (Arikunto,1998:309).

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis di gunakan pada penelitian ini. Pendekatan fenomenologis yaitu mendeskripsikan makna fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada individu.

menurut Hsserl 1998 penelitian fenomenologis mencari hal-hal yang penting, arti pengalaman yang mendasar dan menekankan pada intensitas kesadaran, yang mana pengalaman terdiri dari luar dan hal yang berada dalam kesadaran masing-masing individu berdasarkan memori, image dan arti.

#### **3.2 Penetapan Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Lokasi adalah tempat yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian berkaitan dengan masalah yang ada. Kegiatan penelitian ini dilakukan Di Pondok Pesantren Darul Ulum Desa Rejoso, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang.



**Gambar 3.2**  
**Lokasi Penelitian**

Peneliti memilih Pondok Pesantren Darul Ulum Rejoso karena ingin menganalisis bagaimanakah perilaku konsumtif pada santriwati generasi Z dalam menggunakan skincare korea. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan desember 2021 sampai selesai.

### **3.3 Fokus Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Darul Ulum, Desa Rejoso, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang. Peneliti ingin meneliti bagaimanakah perilaku konsumtif pada santriwati generasi Z di Pondok Pesantren Darul Ulum dalam menggunakan skincare korea.

### **3.4 Pemilihan Informan**

Informan merupakan orang yang memiliki data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian tentang suatu hal yang terkait dengan penelitian. Dengan pertimbangan bahwa mereka yang paling mengetahui informasi yang dibutuhkan pada penelitian. Berikut informan dalam penelitian ini:

1. Key informan (informan kunci)

Key informan adalah orang dianggap mampu dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Key informan sendiri orang yang bertanggung jawab dalam jalannya proses pengambilan data di lapangan

1.) Nama: Saudari Vita Khairun Nisa

Umur: 29 tahun

Jabatan: penjual skincare di Pondok Pesantren Darul Ulum

Lama jabatan: 7 tahun

2. Informan utama

Menurut Moleong (2006:132) dalam buku metode penelitian kualitatif, informan adalah orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan adalah orang yang terlibat dalam kegiatan memberikan informasi pada peneliti.

1.) Nama: Yuniyatul Fadhillah

Umur: 17 tahun

Jabatan: pengguna skincare korea

Lama menggunakan skincare korea: 3 tahun

Merek skincare korea yang digunakan: NACIFIC

Asrama: asrama muzamzamah

2.) Nama: Alfina Maisyah

Umur: 18 tahun

Jabatan: pengguna skincare korea

Lama menggunakan skincare korea: 1 tahun

Merek skincare korea yang digunakan: COSRX

Asrama: Asrama Hurun Inn

3.) Nama: Adelia Wulandari

Umur: 14 Tahun

Jabatan: pengguna skincare korea

Lama menggunakan skincare korea: 6 bulan

Merek skincare korea yang digunakan: LANAIGE

Asrama: Asrama al khodijah

4.) Nama: Sela Nazira

Umur: 14 tahun

Jabatan: pengguna skincare korea

Merek skincare korea yang digunakan: AXIS-Y

Lama menggunakan skincare korea: 1 tahun

Asrama: Ar-Risalah

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam Teknik pengumpulan data pada metode penelitian kualitatif ada 3 teknik yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi serta triangulasi guna mengecek kebenaran dari 3 teknik tersebut. 3 teknik ini digunakan untuk memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Menurut Burhan Bungin(ed) (2003: 42) menjelaskan bahwa Teknik pengumpulan data adalah dengan cara apa serta bagaimanakah data yang diperlukan dapat



dikumpulkan hingga hasil dari penelitian menyajikan informasi yang *valid* dan *reliable*.

#### 1. Observasi

Observasi adalah kegiatan untuk mendapat data digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis yang dilakukan secara langsung dengan mendatangi dan mengamati lokasi penelitian. Mencatat serta mendokumentasikan pengamatan tersebut sebagai hasil observasi. Dari pengamatan yang dilakukan di lapangan akan mendapat data tentang suatu masalah, pemahaman, pembuktian terhadap informasi yang telah diperoleh sebelumnya. (Nana Syaodih, 2013:220)

Menurut Nasution(1998) Dalam Sugiyono (2015:309) bahwa observasi sebagai dasar bagi semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Menurut Walidjo dalam *Teknik observasi*, observasi memiliki 4 ciri khusus:

a. Mempunyai sasaran khusus

Artinya observasi dilakukan untuk sasaran yang diinginkan peneliti.

b. Dilakukan secara sistematis

Dilakukan dengan cara sistematis, terstruktur agar observasi dapat berjalan dengan baik

c. Membutuhkan pencatatan dengan segera

Segala detail kecil yang ditemukan di harus segera dicatat demi menghindari terlewatnya informasi yang penting.

d. Membutuhkan keahlian

Membutuhkan keahlian seperti melakukan proses pengamatan, ketelitian, dan lain sebagainya.

Dalam kegiatan observasi yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Darul Ulum Desa Rejoso, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang.

2. Wawancara/interview

Wawancara adalah pertemuan langsung atau tidak langsung yang dilakukan oleh 2 pihak untuk bertukar informasi dengan tanya jawab sehingga dapat menjadi kesimpulan dalam topik tertentu dalam melakukan wawancara peneliti perlu untuk mencatat tentang apa di kemukakan oleh narasumber. percakapan yang dilakukan oleh dua individu, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban (Moeleong, 2013:186).

Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur yang akan dilakukan pada konsumen pengguna skincare korea serta para penjual kosmetik di pondok pesantren darul ulum.

Tujuan dari penggunaan wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka dan narasumber dapat mengemukakan pendapat dan idenya (Esterberg Dalam Sugiyono, 2005:73)

Wawancara pada penelitian ini dilakukan secara langsung pada penjual serta konsumen santriwati pada pengguna skincare korea di Pondok Pesantren Darul Ulum Desa Rejoso, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa pada waktu yang lalu baik berupa tulisan, gambar, ataupun karya dari seseorang (Sugiyono:82)

Dokumentasi adalah salah satu Teknik dalam penumpulan data pada penelitian kualitatif dengan acara menganalisi dokumen-dokumen yang telah dibuat subjek sendiri maupun orang lain, Dokumentasi dapat menggambarkan sudut pandang subjek melalui media tulis atau elektronik dan dokumen lain seperti foto, catatan, atau lainnya. Suharsimi Arikunto (2002:206) dokumentasi adalah mencari data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasati, notulen, rapat, legger, agenda, dan sebagainya.

Hasil dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan penelitian kemudian didukung dengan domentasi baik berupa foto,atau hasil pengamatan data untuk memperkuat kesimpulan pada penelitian yang dilakukan di Pondok Pesantren Darul Ulum Desa Rejoso, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang.

#### 4.trianggulasi

Menurut Afifuddin (2009:143) triangulasi adalah Teknik dalam pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk pengecekan atau pembanding terhadap data yang di dapat. Trianggulasi menggunakan berbagai data seperti hasil wawancara, hasil observasi, dokumentasi

Dalam penelitian ini yang berperan terhadap triangulasi adalah sebagai berikut:

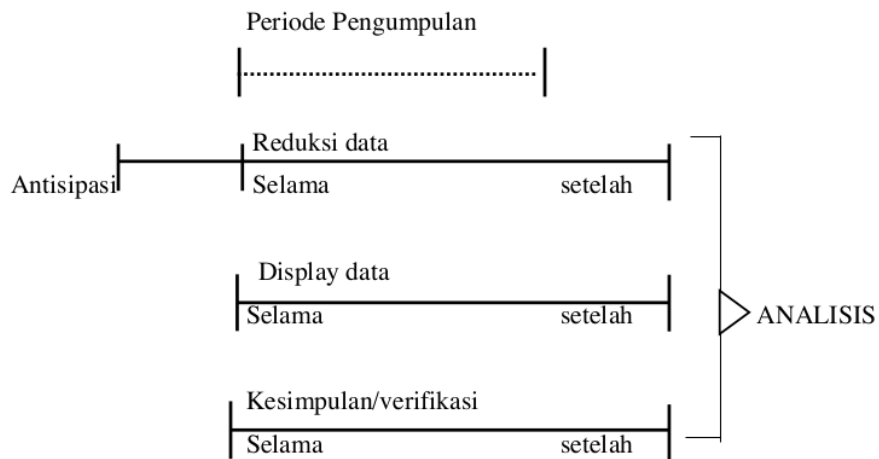
1.) Nama: Nyai. Hj. Umi Hasunah, M. Th.I

Umur: 56 tahun

Jabatan: Pengasuh Asrama Putri X Hurun Inn

### 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif memiliki 3 tahap dalam Teknik analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, verifikasi & kesimpulan. Menurut Moleong(2004:280-281) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.



**Gambar komponen analisis data (flow model), Sugiono, 2015**

### 1. Reduksi Data

Reduksi data adalah penyederhanaan, penggolongan, membuang data yang tidak perlu, memilih hal-hal yang pokok sehingga data yang didapatkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan menghasilkan informasi yang bermakna dan mudah untuk menarik kesimpulan.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan untuk mengumpulkan semua data yang didapatkan kemudian di susun secara sistematis untuk mudah difahami sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Dalam penyajian data dapat berupa naratif, grafik, ataupun bagan yang memiliki hubungan sehingga sekian mudah untuk difahami

### 3. Verifikasi & Kesimpulan

Verifikasi data adalah tahapan terakhir dalam Teknik analisis data, dalam tahap bertujuan untuk mencari makna dari data yang telah dikumpulkan untuk menganalisis hubungan, persamaan, perbedaan yang menghasilkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan adalah kegiatan untuk menganalisis dari data yang telah didapat dan disusun sehingga menghasilkan penafsiran dari penelitian yang telah dilakukan.