

SKRIPSI
INTERNALISASI HALAL LIFESTYLE DALAM PERILAKU
KONSUMSI BODYLOTION PADA REMAJA MUSLIMAH
(STUDI PADA PENGGUNA SYASS GLOW DI
TADOKKONG, KABUPATEN PINRANG)



OLEH

DEAUR RESKY AMELIA
NIM : 2220203860202038

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

**INTERNALISASI HALAL LIFESTYLE DALAM PERILAKU
KONSUMSI BODYLOTION PADA REMAJA MUSLIMAH
(STUDI PADA PENGGUNA SYASS GLOW DI
TADOKKONG, KABUPATEN PINRANG)**



OLEH

**DEAUR RESKY AMELIA
NIM : 2220203860202038**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Internalisasi Halal Lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada
Pengguna Syass Glow Di Tadokkong, Kabupaten
Pinrang)

Nama Mahasiswa : Deaur Resky Amelia

NIM : 2220203860202038

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-1147/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Ikhsan Gasali, M.Si

NIP : 2111078801

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



[Signature]
Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.
NIP 197811012009121003

[Signature]

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Internalisasi Halal Lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada
Pengguna Syass Glow Di Tadokkong, Kabupaten
Pinrang
Nama Mahasiswa : Deaur Resky Amelia
NIM : 2220203860202038
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-1147/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025
Tanggal Ujian : 15 Juni 2026

Disahkan Oleh:

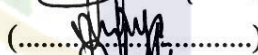
Ikhsan Gasali, M.Si.

(Ketua)



Darmianti Razak, S.E., M.Mktg.

(Anggota)



Rezki Fani, M.M.

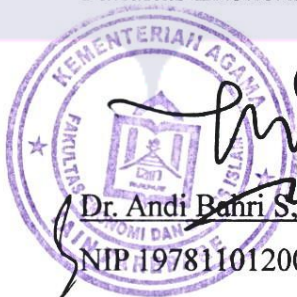
(Anggota)



Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.

NIP.197811012009121003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Segala Puji dan Syukur tiada hentinya penulis curahkan atas kehadiran Allah SWT. Yang dengan keagungan-Nya telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Internalisasi Halal Lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna Syass Glow Di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)”**, sebagai salah-satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tak lupa penulis kirimkan shalawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW sebagai sumber panutan dalam kehidupan sehari-hari.

Berbagai kesulitan telah dilewati dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak sehingga akhirnya skripsi ini dapat selesai. Tidak lupa penulis mencurahkan Terimakasih yang tak terhingga kepada Ayahanda Minmahyuddin dan Ibunda Nurneini. atas semangat, nasehat dan doa tulusnya sehingga penulis diberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis telah menerima banyak bimbingan, bantuan dan saran yang sangat baik dari Bapak Ikhsan Gasali, M.Si. selaku dosen pembimbing penulis dan karena itulah penulis mengucapkan banyak Terimakasih.

Pada kesempatan ini pula, izinkan penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. Sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya menciptakan suasana Pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Umaima, M.E.I. sebagai Ketua Prodi Ekonomi Syariah atas arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Ibu Darmianti Razak, S.E., M.Mktg. dan Ibu Rezki Fani, M.M. selaku penguji yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam hal mengajar dan mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Jajaran Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa hingga pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani study di IAIN Parepare.
8. Seluruh teman-teman EION yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah kebersamai dari semester awal hingga akhir selama studi di IAIN Parepare.
9. Sahabat 911 yang telah membantu dan setia menemani penulis sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat selesai berjalan lancar.

10. Sahabat sahabat terbaik saya 505 Terima kasih atas setiap dukungan, kebersamaan dan kepedulian yang telah kalian berikan selama perjalanan penyusunan skripsi ini.

11. Terakhir, Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada Deaur Resky Amelia. Ya, Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih atas semangat yang tak pernah padam, dan Tekad yang tak pernah usai sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang memberikan dukungan baik moral maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Akhirnya, semoga skripsi ini bermanfaat dan kiranya pembaca memberikan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

t

Parepare, 8 Juni 2026

15 Dzulhijjah 1447 H

Penulis,



Deaur Resky Amelia

NIM: 2220203860202038

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Tempat/Tgl. Lahir : Lasape, 09 Juli 2004
Judul Skripsi : Internalisasi Halal Lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass Glow Di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang).

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 8 Juni 2026

15 Dzulhijjah 1447 H

Penulis,



Deaur Resky Amelia

NIM: 2220203860202038

ABSTRAK

Deaur Resky Amelia. *Internalisasi Halal Lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna Syass Glow Di Tadokkong, Kabupaten Pinrang).* Dibimbing oleh Bapak Ikhsan Gasali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan *halal lifestyle* oleh remaja muslimah di Tadokkong, proses internalisasi nilai *halal lifestyle* dalam perilaku konsumsi body lotion Syass Glow, serta pengaruh nilai *halal lifestyle* terhadap keputusan penggunaan body lotion Syass Glow.

Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari remaja muslimah pengguna body lotion Syass Glow di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *halal lifestyle*, teori *Maqashid Syariah*, dan teori pengambilan keputusan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan *halal lifestyle* oleh remaja muslimah di Tadokkong masih berada pada tahap pemahaman dasar dan belum diterapkan secara menyeluruh dalam penggunaan kosmetik. Proses internalisasi nilai *halal lifestyle* juga belum diterapkan dan dipahami secara umum karena lebih banyak dipengaruhi oleh media sosial dan lingkungan pertemanan dibandingkan pendidikan agama dan keluarga. Dalam perspektif *Maqashid Syariah*, perilaku konsumsi informan belum sepenuhnya mencerminkan prinsip menjaga agama (*hifz ad-din*), menjaga jiwa (*hifz an-nafs*), menjaga akal (*hifz al-aql*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*). Selain itu, nilai *halal lifestyle* belum menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan Syass Glow. Keputusan penggunaan lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan memperoleh kulit yang lebih cerah, harga yang terjangkau, rekomendasi teman, dan promosi melalui media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa internalisasi *halal lifestyle* dalam perilaku konsumsi body lotion Syass Glow pada remaja muslimah di Tadokkong belum diterapkan dan dipahami secara umum karena masih rendahnya pemahaman mengenai konsep *halal lifestyle* dan dominannya pengaruh lingkungan sosial dalam proses pengambilan keputusan konsumsi.

Kata Kunci : Halal Lifestyle, Perilaku Konsumsi, Remaja Muslimah, Syass Glow, Maqashid Syariah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan	9
B. Tinjauan Teori.....	13
C. Kerangka Konseptual	21
D. Kerangka Pikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	26
C. Fokus Penelitian	27
D. Metode Penelitian	27
E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data	29
F. Uji Keabsahaan Data	30
G. Teknik Analisis Data.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan dan Hasil Penelitian	45
BAB V PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	63
BIODATA PENULIS	89



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda

apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(“).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (monofong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakaf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
و	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أُو	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ / نَ	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis diatas

يَـ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُـ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ	: māta
رَمَى	: ramā
قِيلَ	: qīla
يَمُوتُ	: yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan

perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَم : *nu“ima*

عُدُّو : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

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

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

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

تَأْمُرُونَ : *Ta’murūna*

النَّوْءُ : *Al-Nau’*

شَيْءٌ : *Syai’un*

أُمِرْتُ : *Umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (dar *Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. Lafẓ al-Jalalah (الله)

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

دَيْنُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاِللّٰه *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir

itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)
Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

11. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	ﷺ
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر

الخ = إلى آخرها / إلى آخره
 ج = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol.: Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan halal lifestyle semakin meningkat seiring kesadaran masyarakat akan pentingnya produk sesuai prinsip halal, tidak hanya pada makanan tetapi juga kosmetik, termasuk body lotion Syass Glow racikan. Dalam konteks ini, gaya hidup halal menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian, khususnya bagi remaja Muslim di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang. Namun, sebagai generasi yang cenderung mengikuti tren, remaja tidak hanya mempertimbangkan kualitas dan harga, tetapi juga sering memilih produk tanpa label BPOM karena dianggap lebih inovatif dan efektif.¹ Bodylotion syass glow racikan kini menjadi pilihan yang populer dikarenakan instan memutihkan, namun pengaruh gaya hidup halal terhadap keputusan konsumen produk ini perlu dikaji lebih dalam.

Kesadaran masyarakat khususnya remaja untuk mengonsumsi produk yang tidak hanya halal dari segi zat, tetapi juga *thayyib* (baik, bersih, dan aman) dalam prosesnya, menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Salah satu produk yang banyak diminati oleh konsumen, khususnya kalangan perempuan muda, adalah bodylotion syass glow. Produk kosmetik yang beredar di pasaran sangat banyak yang beragam dan dibuat dalam kemasan yang menarik. Akan tetapi juga tidak sedikit yang menggunakan bahan-bahan yang berbahaya dan dilarang.² Produk ini populer karena klaim efek instan, seperti membuat kulit tampak lebih putih dan

¹ Diva Anjani, 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Penerima Resiko Terhadap Pemakaian Produk Kosmetik Non-BPOM (Study Kasus Lotion HB Dosting)', *Accident Analysis and Prevention*, 183.2 (2023), 153–64.

² Efrida Mayang Sari et al., "Mengandung Bahan Berbahaya (Studi Badan Pengawas Obat Dan Makanan Medan) Skripsi Fakultas Hukum Universitas Medan Area Medan 2021 Mengandung Bahan Berbahaya (Studi Badan Pengawas Obat Dan Makanan Medan)," 2021.

cerah dalam waktu singkat. Namun, di balik popularitas tersebut, terdapat kekhawatiran terkait kandungan bahan yang tidak jelas asal-usul dan kehalalannya. Body lotion Syass Glow diduga menggunakan campuran bahan kimia yang belum tentu memiliki izin edar BPOM maupun sertifikasi halal MUI. Hal ini menjadi perhatian di tengah maraknya produk kosmetik di pasaran yang beragam dan dikemas secara menarik.³ Hal ini menimbulkan dilema bagi remaja muslimah yang ingin tetap tampil menarik namun tetap memegang teguh nilai-nilai keagamaan.

Beberapa tahun terakhir, kesadaran remaja terhadap pentingnya gaya hidup halal semakin meningkat, terutama di kalangan umat Islam. Gaya hidup halal mencakup aspek makanan, minuman, serta produk-produk perawatan tubuh, termasuk bodylotion syass glow banyak perempuan yang memilih jalur nekat dengan membeli kosmetik yang tidak berlabel Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tanpa memperhatikan keaslian dan kelayakan produk tersebut.⁴

Bagi remaja, terutama di wilayah kelurahan seperti Tadokkong, daya tarik tersebut sering kali lebih dominan dibandingkan pertimbangan risiko jangka panjang terhadap kesehatan kulit maupun aspek kehalalan produk. Penggunaan serta komposisi zat berbahaya yang terkandung di dalam suatu lotion perlu diperhatikan. Karena apabila digunakan dalam jangka waktu yang panjang dan berlebihan dikhawatirkan dapat membahayakan Kesehatan.⁵ Namun, tidak semua produk handbody racikan dijamin kehalalannya.

³ Eny Wijayanti, "Jurnal Ilmiah Global Farmasi," *Jigf* 2, no. 1 (2024): 2987–4742.

⁴ David L. Wiesenthal And Others, 'Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Kosmetik Tanpa Label Bpom Dikabupaten Pinrang Prespektif Hukum Pidana Islam', *Accident Analysis and Prevention*, 183.2 (2023), 153–64.

⁵ Diva Anjani, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menerima Risiko Terhadap Pemakaian Produk Kosmetik Non-BPOM (Studi Kasus Lotion HB Dosting)" (Universitas Malikussaleh, 2024).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah remaja muslimah di Kecamatan Lembang Kelurahan Tadokkong tercatat sebanyak 1.533 orang.⁶ Dari jumlah tersebut, penelitian ini secara khusus memfokuskan pada masa usia remaja akhir. Dalam hal ini, usia tersebut dikategorikan dalam BKKBN yaitu 20–24 tahun.⁷ Kelompok usia ini dipilih karena individu cenderung memiliki tingkat kemandirian yang lebih tinggi dalam mengambil keputusan, termasuk dalam perilaku konsumsi produk perawatan tubuh. Dengan demikian, kelompok ini dianggap relevan untuk mengkaji bagaimana internalisasi nilai halal lifestyle memengaruhi perilaku konsumsi kosmetik, khususnya dalam penggunaan body lotion.

Berdasarkan observasi awal peneliti melalui wawancara mendalam dengan lima remaja di Kelurahan Tadokkong, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, ditemukan pola perilaku konsumsi kosmetik pemutih kulit yang cukup mengkhawatirkan. Kelima informan mengaku menggunakan lotion racikan bermerek Syass Glow, yaitu body lotion racikan yang tidak memiliki izin BPOM dan berpotensi berbahaya karena tidak diketahui secara pasti kandungan bahannya. Penggunaan produk ini umumnya dipengaruhi oleh kuatnya pengaruh teman sebaya (peer influence), di mana pengalaman teman yang berhasil mendapatkan kulit lebih putih dan cerah menjadi dorongan utama. Selain itu, adanya tren kecantikan di lingkungan pergaulan turut memperkuat keputusan tersebut. Meskipun demikian, para remaja tetap menggunakan produk tersebut tanpa memahami komposisi maupun tingkat keamanannya, sehingga berisiko bagi kesehatan serta tidak sejalan dengan prinsip halalan thayyiban.

⁶ Dinas Kependudukan dan Pencatatan sipil Kabupaten Pinrang <https://pinrangkab.bps.go.id/id>

⁷ Badan Perencanaan Pembangunan Riset Dan Inovasi, *Laporan Akhir Kajian Kebahagiaan Anak Muda/Remaja*, 2024.

Namun, fenomena yang terjadi di masyarakat khususnya kategori remaja akhir usia 20-24 tahun,⁸ menunjukkan bahwa masih banyak remaja Muslimah yang menggunakan produk body lotion yang belum memiliki kejelasan bahan, sertifikasi halal, maupun izin edar resmi. Salah-satu motif penggunaan dari bodylotion tersebut yakni karena standar kecantikan berorientasi pada kulit putih yang menjadikan maraknnya penggunaan bodylotion racikan termasuk bodylotion Syass Glow. Salah satu produk yang digunakan adalah body lotion Syass Glow yang cukup populer di kalangan remaja di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang. Produk ini cukup diminati karena dianggap memberikan hasil yang instan dan harga yang terjangkau.

Penggunaan produk tanpa kejelasan komposisi dan kehalalan berpotensi bertentangan dengan prinsip *halalan thayyiban*, yang menekankan aspek halal dan keamanan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman halal lifestyle dan praktik konsumsi remaja Muslimah. Padahal, lotion racikan, termasuk body lotion Syass Glow, berpotensi mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon dosis tinggi, dan asam retinoat yang dibatasi penggunaannya karena berdampak negatif bagi kesehatan. Temuan ini menjadi dasar penting untuk mengkaji lebih lanjut tingkat pengetahuan remaja, prevalensi penggunaan kosmetik berisiko, serta faktor sosial yang memengaruhi keputusan konsumsi.⁹ Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung upaya edukasi dan intervensi kesehatan masyarakat guna meningkatkan kesadaran remaja terhadap pentingnya memilih produk kosmetik yang aman, legal, dan berizin resmi.

⁸ Nurul Hidayati et al., “Bimbingan Karir Dalam Perencanaan Karir Remaja Akhir” 3 (2025).

⁹ Dalillah Ghina Imtinan Chaironi et al., “Cosmetic Poisoning with Mercury, Hydroquinone, and Retinoic Acid in Pregnant and Breastfeeding Women: Keracunan Kosmetik Dengan Kandungan Merkuri, Hidrokuinon, Dan Asam Retinoat Pada Ibu Hamil Dan Menyusui,” *Jurnal Riseta Naturafarm* 2, no. 1 (2025): 43–55.

Sejalan dengan tren tersebut, industri kosmetika halal di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama melaporkan bahwa produk kosmetika menjadi salah satu sektor dengan permohonan sertifikasi halal tertinggi.¹⁰ Hal ini menunjukkan pergeseran perilaku konsumsi, disebabkan oleh trend kecantikan dimedia sosial dan label halal menjadi pertimbangan penting dalam pembelian produk kosmetik. Dalam konteks konsumsi kosmetik, keberadaan ekosistem halal nasional menjadi penting karena memberikan jaminan kepada masyarakat, khususnya remaja muslimah, untuk memperoleh informasi mengenai status kehalalan suatu produk melalui regulasi, sertifikasi halal, dan pengawasan produk yang beredar di pasaran. Konsumen Muslim tidak hanya menilai fungsi produk, tetapi juga kesesuaiannya dengan nilai keislaman. Prinsip kehati-hatian dalam memilih produk yang suci dan aman mencerminkan internalisasi gaya hidup halal. Namun, di tengah meningkatnya kesadaran tersebut, masih terdapat fenomena kontradiktif di berbagai daerah, termasuk di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang.

Produk ini menimbulkan kekhawatiran karena meskipun kesadaran remaja terhadap gaya hidup halal meningkat, penggunaan body lotion Syass Glow racikan tetap tinggi dengan status kehalalan yang diragukan. Produk ini tidak memiliki izin edar BPOM, tidak mencantumkan komposisi bahan, dan tidak bersertifikat halal MUI, sehingga berisiko bagi kesehatan dan bermasalah secara syariah. Selain itu, produk ini belum melalui uji dan pendaftaran resmi, sehingga berpotensi membahayakan dalam penggunaan jangka panjang.¹¹

¹⁰ Fani Nopiyanti, "Analisis Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi" 3 (2023).

¹¹ Hendra Kholid, "Analisis Penggunaan Label Halal Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membeli Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Media Sosial)," 2020.

Data BPS menunjukkan bahwa 11,65% masyarakat, khususnya remaja, menggunakan produk industri kimia, farmasi, dan obat tradisional, yang mencerminkan meningkatnya kebutuhan terhadap produk perawatan tubuh.¹² Angka ini juga menunjukkan tingginya minat terhadap produk berbasis kimia, termasuk body lotion Syass Glow racikan. Kondisi tersebut menuntut konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang aman dan sesuai prinsip halal. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana masyarakat Kabupaten Pinrang, khususnya remaja, menerapkan nilai halal lifestyle dalam keputusan penggunaan produk yang belum jelas komposisi dan sertifikasinya.¹³

Penelitian halal lifestyle umumnya berfokus pada kosmetik bersertifikat halal dan konsumen dewasa di wilayah perkotaan, sehingga kajian tentang penggunaan body lotion Syass Glow racikan tanpa kejelasan halal dan legalitas, khususnya di daerah, masih terbatas. Selain itu, remaja muslimah sebagai subjek penelitian juga belum banyak dikaji, padahal kelompok ini rentan terhadap pengaruh tren dan sedang membentuk kesadaran religius. Penelitian sebelumnya cenderung menekankan aspek pengetahuan halal, belum mendalami internalisasi halal lifestyle dan prinsip *halalan thayyiban* dalam praktik konsumsi sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kesenjangan tersebut pada remaja muslimah di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang.

Urgensi penelitian ini semakin kuat karena remaja merupakan generasi penerus yang akan membentuk pola konsumsi di masa mendatang. Jika sejak dini

¹² Ekwinda Linggar Surya Kusuma S.Si., 'Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Kabupaten Pinrang', *Quality*, 2024, 1–6.

¹³ Alisyah Permatasari and Sulistyowati, 'Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, Produk Domestik Bruto, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Return Saham Perusahaan Industri Kimia, Farmasi, Dan Obat Tradisional Periode 2016–2021', *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2.2 (2024), 703–18.

konsep halal lifestyle, khususnya kesadaran religius, tidak ditanamkan dengan baik, maka perilaku konsumsi yang kurang selektif dapat berlanjut hingga dewasa. Selain itu, kajian mengenai internalisasi halal lifestyle terhadap keputusan remaja dalam menggunakan body lotion Syass Glow racikan masih terbatas, khususnya di wilayah non-perkotaan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji sejauh mana pemahaman remaja tentang halal lifestyle, faktor yang memengaruhi keputusan mereka, serta tingkat internalisasi nilai kehalalan dalam praktik konsumsi kosmetik sehari-hari. Hasil penelitian diharapkan menjadi dasar bagi upaya edukasi, pembinaan remaja, serta perumusan kebijakan lokal dalam meningkatkan literasi halal dan perlindungan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pemaknaan halal lifestyle oleh remaja muslimah di Tadokkong?
2. Bagaimana proses internalisasi nilai halal lifestyle dalam perilaku konsumsi bodylotion syass glow?
3. Bagaimana nilai halal lifestyle memengaruhi keputusan penggunaan Syass Glow?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan oleh, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pemahaman pemaknaan halal lifestyle oleh remaja muslimah di Tadokkong.

2. Untuk mengetahui proses internalisasi nilai halal lifestyle dalam perilaku konsumsi bodylotion syass glow.
3. Untuk mengetahui nilai halal lifestyle memengaruhi keputusan penggunaan Syass Glow.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran, perilaku konsumen, dan ekonomi Islam, terutama yang berkaitan dengan halal *lifestyle* dan produk kosmetik. Menambah referensi akademik bagi penelitian sejenis di masa mendatang, terutama yang membahas pengaruh gaya hidup halal terhadap konsumsi produk non-makanan seperti kosmetik racikan.
2. Manfaat praktis, Memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat, khususnya remaja di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang, mengenai pentingnya memperhatikan aspek kehalalan dalam penggunaan produk perawatan tubuh, termasuk bodylotion syass glow racikan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan acuan untuk digunakan sebagai sumber kepustakaan bagi penelitian selanjutnya, yang mana penelitian penelitian tersebut digunakan untuk membandingkan hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Pembahasan mengenai konsep *halal lifestyle* tentang hanbody racikan, telah penulis temukan dalam beberapa tulisan dan beberapa sumber. Berikut beberapa penelitian yang relevan yang dijadikan landasan oleh penulis dalam melakukan dan penelitian diantaranya:

1. Amrin dalam penelitiannya mengenai *Analisis Literasi Halal dalam Membentuk Gaya Hidup Islami*.¹⁴ Menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat, khususnya mahasiswa di perguruan tinggi Islam, sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi mereka dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang konsep halal, maka semakin kuat kecenderungannya untuk menerapkan gaya hidup islami, termasuk dalam memilih makanan, minuman, kosmetik, dan berbagai produk personal care lainnya. Amrin menemukan bahwa literasi halal tidak hanya sebatas pengetahuan teoretis, tetapi juga tercermin pada perilaku praktis seperti menolak produk yang tidak jelas komposisinya atau yang berpotensi membawa mudarat. persamaan pada fokus kajian, yaitu sama-sama membahas konsep *halal lifestyle* atau gaya hidup Islami sebagai landasan perilaku individu. Keduanya menempatkan nilai-nilai

¹⁴ Amrin, "Analisis Literasi Halal Dalam Membentuk Gaya Hidup Islam Di Perguruan Tinggi Islam" 6, no. 1 (2022): 1–16.

keislaman sebagai faktor penting yang memengaruhi sikap dan tindakan masyarakat Muslim dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks konsumsi. Adapun perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan fokus analisis. Penelitian Amrin (2022) lebih menekankan pada aspek literasi halal secara umum dan perannya dalam membentuk gaya hidup Islami tanpa membatasi pada jenis produk tertentu. Sementara itu, penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis berfokus pada internalisasi dari penggunaan produk bodylotion syass glow tersebut dalam diri individu remaja di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nurfadilah Sindika Sari yang berjudul *Dilema Aktualisasi Diri Mahasiswa IAIN Parepare dalam Konsumsi Skincare Tanpa Label Halal*.¹⁵ Memberikan gambaran yang lebih realistis mengenai perilaku konsumsi generasi muda, terutama mahasiswa, terhadap produk skincare yang tidak memiliki label halal atau izin edar resmi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tetap menggunakan skincare non-halal karena adanya tekanan sosial, kebutuhan penampilan, serta keinginan untuk menjaga eksistensi diri di lingkungan sosial. Faktor-faktor seperti persepsi kecantikan modern, tekanan media sosial, dan pengaruh teman sebaya ternyata lebih dominan dibandingkan kepatuhan terhadap nilai kehalalan produk. penelitian Nurfadilah Sindika Sari dan penelitian ini terletak pada fokus kajian perilaku konsumsi produk perawatan tubuh di kalangan Muslimah serta perhatian terhadap aspek kehalalan produk. Kedua

¹⁵ Nurfadilah Sindika Sari et al., "Dilema Aktualisasi Diri: Perilaku Mahasiswa IAIN Parepare Dalam Konsumsi Skincare Tanpa Label Halal," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 2114, <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8959>.

penelitian sama-sama mengkaji dilema atau keputusan konsumen dalam menggunakan produk perawatan kulit yang belum memiliki kejelasan label halal, serta menempatkan nilai-nilai Islam sebagai landasan dalam menganalisis perilaku konsumsi. Adapun perbedaannya, penelitian Nurfadilah Sindika Sari menekankan pada aspek sosiologis dan psikologis berupa dilema aktualisasi diri mahasiswa IAIN Parepare dalam mengonsumsi skincare tanpa label halal, dengan subjek mahasiswa dan fokus pada konflik identitas serta tekanan sosial. Sementara itu, penelitian penulis lebih menitikberatkan pada pemahaman halal lifestyle terhadap keputusan konsumen, dengan subjek remaja di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang, serta fokus pada produk bodylotion syass glow racikan yang tidak jelas status kehalalan dan keamanannya.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Alvi Khoiriah Agustina dan Musyafa judul *Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Kalangan Generasi Z Muslim*.¹⁶ membahas bagaimana faktor halal memengaruhi minat dan keputusan pembelian kosmetik pada generasi Z. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kepercayaan terhadap kehalalan produk, label halal, kualitas produk, dan citra religius pengguna memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan konsumsi. Produk kosmetik yang jelas label halalnya dianggap lebih aman, lebih bermoral, dan lebih sesuai dengan prinsip keislaman dibandingkan dengan produk tanpa label. Persamaan dari kedua judul tersebut terletak pada fokus kajiannya yang sama-sama membahas keputusan pembelian konsumen

¹⁶ Alvi Khoiriah Agustina and Musyafa' Musyafa', "Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Kalangan Generasi Z Muslim," *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 6, no. 3 (2025): 272–80, <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i3.6891>.

Muslim dalam konteks produk kosmetik halal. Perbedaannya, penelitian Alvi Khoiriah Agustina Musyafa bersifat lebih umum, karena mengkaji keputusan pembelian kosmetik halal secara luas pada Generasi Z Muslim tanpa membatasi jenis produk dan lokasi penelitian tertentu. Sementara itu, penelitian penulis bersifat lebih spesifik dan kontekstual, karena fokus pada pemahaman halal lifestyle terhadap keputusan menggunakan bodylotion syass glow racikan, dengan subjek yang lebih sempit yaitu remaja di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang.

4. Rohmah, Pertiwi dan M.lubis dalam jurnalnya yang berjudul *Penentuan Kadar Hidrokuinon Dan Asam Retinoat Pada Lotion Yang Dijual Online Secara Spektrofotometri Ultraviolet Dual Wavelength*.¹⁷ Penelitian ini membahas lebih lengkap tentang bahan berbahaya seperti Hidrokuinon, Asam Retinoat, serta zat berbahaya lainnya. persamaannya penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis yaitu membahas lebih spesifik mengenai dampak dari handbody racikan seperti hidrokuinon serta alasan remaja memilih bodylotion syass glow racikan tersebut. Perbedaan penelitian dengan yang dilakukan oleh penulis yakni, penulis tidak membahas tentang komposisi bahan atau kandungan dari bodylotion syass glow racikan tersebut, hanya berfokus pada pengaplikasian halal lifestyle pada remaja tersebut.
5. Auliawati, dalam skripsi yang berjudul *Pemeriksaan Merkuri Pada Bodylotion syass glow Yang Di Perjualbelikan Di Pasar Socah*.¹⁸ membahas

¹⁷ Roihanah Rohmah et al., “Penentuan Kadar Hidrokuinon Dan Asam Retinoat Pada Lotion Yang Dijual Online Secara Spektrofotometri Ultraviolet Dual Wavelength,” *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan* 8, no. 1 (2025): 252–64.

¹⁸ N Auliawati, “Pemeriksaan Merkuri Pada Body Lotion Yang Diperjualbelikan Di Pasar Socah,” 2021.

tentang pemeriksaan dan uji labotarium merkuri pada beberapa sample produk yang mengandung bahan berbahaya. Selain itu, penelitian ini juga membahas tentang kandungan logam berat yang terkandung dalam kandungan bodylotion syass glow whitening yang beredar dan diperjualbelikan di online shoope. Persamaan kedua judul penelitian tersebut terletak pada objek kajian, yaitu bodylotion syass glow racikan, serta sama-sama membahas risiko penggunaan produk kosmetik non-resmi bagi konsumen. Perbedaannya, penelitian Auliawati berfokus pada uji kandungan merkuri sehingga menekankan aspek keamanan dan kesehatan, sedangkan penelitian tentang internalisasi *halal lifestyle* menitikberatkan pada pengaruh nilai keagamaan terhadap keputusan konsumsi remaja, sehingga lebih bersifat sosial dan keislaman.

B. Tinjauan Teori

1. Teori halal lifestyle dalam perspektif islam

Gaya hidup halal (*halal lifestyle*) merupakan pola hidup yang didasarkan pada prinsip dan nilai-nilai Islam, di mana setiap aspek kehidupan mulai dari konsumsi, berpakaian, keuangan, hingga perilaku sosial diupayakan agar sesuai dengan ketentuan syariat Islam (halal dan thayyib). Gaya hidup halal atau *halal lifestyle* merupakan konsep hidup yang mengacu pada penerapan prinsip-prinsip Islam dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Dalam pandangan Islam, konsep halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup segala aktivitas sehari-hari, seperti berpakaian, berinteraksi sosial, berbisnis, berwisata, hingga dalam memilih dan menggunakan produk kecantikan. menerapkan gaya hidup halal ini sangat penting, karena masa sekarang ini merupakan periode pembentukan karakter dan nilai-nilai moral yang akan mempengaruhi pola hidup mereka di masa yang akan

mendatang.¹⁹ Seperti yang dikemukakan oleh Yusuf Al-Qaradawi mengatakan bahwa, *halal lifestyle* merupakan pola hidup seorang Muslim yang berlandaskan pada upaya untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas, penggunaan, serta konsumsi dalam kehidupan sehari-hari dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat Islam, yaitu tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga memenuhi unsur *thayyib* yang berarti baik, aman, dan membawa kemaslahatan.²⁰ Gaya hidup halal adalah bentuk kesadaran dan komitmen umat Muslim untuk menjalankan kehidupannya sesuai dengan ketentuan syariat Islam, dengan memastikan bahwa setiap produk dan aktivitas yang dilakukan bebas dari unsur haram, najis, dan hal-hal yang meragukan atau *syubhat*.

Definisi *halal lifestyle* perlu dijabarkan. *Halal lifestyle* mencakup pola hidup yang secara sadar mengutamakan produk dan kegiatan yang halal dan *thayyib* (baik dan bersih), berdasarkan ajaran Islam. Dalam literatur terkini, misalnya, studi di Desa Dayeuh-Bogor menunjukkan bahwa gaya hidup halal dan kesadaran halal (*halal awareness*) secara simultan meningkatkan minat beli produk halal. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup halal bukan hanya suatu pilihan produk, melainkan mencakup sikap (*attitude*), kesadaran (*awareness*), dan norma sosial yang membentuk keputusan konsumen. Sistem literatur juga menegaskan bahwa “*halal awareness*” terdiri dari pengetahuan, sikap, dan kepercayaan terhadap otoritas halal. Selanjutnya literatur terkini mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya gaya hidup halal. Sebagai contoh, penelitian di Jakarta pada wanita karier menunjukkan bahwa religiositas, kesadaran dan lingkungan sosial memiliki

¹⁹ Tri Rahayu et al., “Analisis Implementasi Halal Lifestyle Pada Mahasiswa Ekonomi Unimed: Dalam Perspektif Islam,” *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia* 4, no. 1 (2025): 682–93.

²⁰ Wisnu Indradi, Sekolah Tinggi, and Agama Islam, “Jurisprudence in Halal and Haram According to Shaykh Yusuf Al-Qardhawi [Kaidah Fikih Dalam Halal Dan Haram Menurut Syaikh Yusuf Al-Qardhawi]” 05, no. 2 (2023): 141–50.

pengaruh signifikan terhadap pengamalan gaya hidup halal. Hal ini berarti bahwa seseorang yang religius atau berada dalam lingkungan sosial yang mendukung gaya hidup halal cenderung mengadopsi gaya hidup tersebut lebih kuat. Faktor pengetahuan, dalam penelitian tersebut, ternyata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup halal yang mengisyaratkan bahwa tahu konsep saja belum cukup untuk membentuk praktik gaya hidup halal secara konsisten.

Sejak usia remaja konsep *halal lifestyle* tidak ditanamkan dan diimplementasikan dengan baik, maka kebiasaan konsumsi yang kurang selektif dapat terbawa hingga usia dewasa. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji implementasi *halal lifestyle* terhadap keputusan remaja dalam menggunakan bodylotion syass glow racikan masih sangat terbatas, terutama di tingkat kelurahan atau daerah non-perkotaan.²¹

2. Teori Maqashid Syariah dalam Perilaku Konsumsi

Teori Maqashid Syariah merupakan salah satu konsep fundamental dalam kajian ushul fiqh yang menjelaskan bahwa setiap ketentuan dalam syariat Islam memiliki tujuan utama untuk mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan bagi manusia. Konsep ini dikembangkan secara sistematis oleh Imam al-Syatibi yang menegaskan bahwa hukum Islam tidak hanya berfungsi sebagai aturan normatif, tetapi juga memiliki tujuan yang berorientasi pada kesejahteraan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, Maqashid Syariah menjadi dasar penting dalam memahami ajaran Islam secara lebih kontekstual dan aplikatif.²²

²¹ Nurul Izzah, Muhammad Ikhsan Harahap, and Muhammad Ridwan, "Determinan Generasi Z Menerapkan Gaya Hidup Halal Di Kota Padangsidimpuan," *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 7, no. 1 (2022): 23–42.

²² Hasrul Zen, "Kajian Istimbāth Maqāshid Al-Syarī'ah Dalam Bidang Ekonomi," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 12 (2024).

Secara bahasa, maqashid berarti tujuan atau maksud, sehingga Maqashid Syariah dapat diartikan sebagai tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh syariat dalam mengatur kehidupan manusia. Tujuan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek ibadah, tetapi juga mencakup dimensi sosial, ekonomi, dan kemanusiaan. Dengan demikian, syariat Islam hadir sebagai sistem yang menyeluruh untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.²³

Lebih lanjut, Imam al-Syatibi mengelompokkan tujuan syariat ke dalam lima prinsip utama yang dikenal sebagai *kulliyatul khamsah* atau kebutuhan pokok (*dharuriyat*), yaitu menjaga agama (*hifz ad-din*), menjaga jiwa (*hifz an-nafs*), menjaga akal (*hifz al-aql*), menjaga keturunan (*hifz an-nasl*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*). Kelima prinsip tersebut menjadi landasan dalam menilai apakah suatu tindakan atau produk sesuai dengan nilai syariat. Segala sesuatu yang mendukung terjaganya lima aspek tersebut dianggap membawa kemaslahatan, sedangkan yang berpotensi merusaknya termasuk dalam kategori kemudaratan yang harus dihindari.²⁴

Dalam konteks konsumsi produk kosmetik seperti body lotion, penerapan maqashid syariah dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, menjaga agama tercermin dalam kepatuhan individu untuk menggunakan produk yang halal. Kedua, menjaga jiwa berkaitan dengan penggunaan produk yang aman dan tidak membahayakan kesehatan kulit. Ketiga, menjaga akal diwujudkan dengan menghindari bahan-bahan berbahaya yang dapat berdampak negatif terhadap kesehatan. Keempat, menjaga keturunan berarti memastikan bahwa produk yang

²³ Tanza Dona Pertiwi and Sri Herianingrum, "Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 807–20.

²⁴ Dede Nurwahidah, Yadi Janwari, and Dedah Jubaedah, "Konsep Pemikiran Ekonomi Dan Maqashid Syariah Perspektif Imam Al-Syathibi," *MAMEN: Jurnal Manajemen* 3, no. 3 (2024): 175–89.

digunakan tidak menimbulkan efek jangka panjang yang merugikan generasi. Kelima, menjaga harta diwujudkan melalui perilaku konsumsi yang tidak berlebihan dan sesuai kebutuhan.²⁵ Dengan demikian, maqashid syariah menjadi pedoman normatif dalam menentukan pilihan konsumsi, termasuk dalam penggunaan body lotion oleh remaja muslimah.

Seiring perkembangan zaman, Maqashid Syariah tidak hanya dipahami secara tekstual, tetapi juga digunakan sebagai pendekatan yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan sosial. Para ulama mengembangkan berbagai pendekatan dalam memahami maqashid, baik yang bersifat literal maupun kontekstual, sehingga konsep ini mampu menjawab berbagai persoalan kontemporer tanpa meninggalkan nilai-nilai dasar Islam.

Penerapan Maqashid Syariah dapat ditemukan dalam berbagai bidang, termasuk dalam perilaku konsumsi. Dalam hal ini, seorang Muslim tidak hanya dituntut untuk memilih produk yang halal, tetapi juga yang *thayyib*, yaitu aman, berkualitas, dan tidak membahayakan. Oleh karena itu, aspek kehalalan, keamanan, serta dampak penggunaan produk menjadi pertimbangan penting dalam aktivitas konsumsi.²⁶

Dalam penelitian ini, Maqashid Syariah digunakan sebagai landasan analisis untuk mengkaji perilaku konsumsi remaja Muslimah dalam menggunakan produk kosmetik, khususnya body lotion. Penggunaan produk racikan yang tidak memiliki kejelasan kandungan, keamanan, dan status kehalalan dapat dianalisis melalui

²⁵ Gasali Ikhsan, "Tabdzir dan Israf Menelisik Pola Konsumsi Mahasiswa Sistem Asrama", Penerbit Nakomu, 2023.

²⁶ Muhammad Anas Hidayatullah and Muhammad Ersya Faraby, "Analisis Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Ditinjau Dari Maqashid Syariah Al-Syaitibi," *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law* 2, no. 2 (2023): 121–37.

perspektif Maqashid Syariah, terutama dalam kaitannya dengan perlindungan jiwa (*hifz an-nafs*), akal (*hifz al-aql*), dan harta (*hifz al-mal*). Dengan demikian, teori ini relevan untuk menilai apakah perilaku konsumsi tersebut telah sesuai dengan tujuan syariat atau justru berpotensi menimbulkan kemudharatan.

3. Teori Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan konsumen menurut James F. Engel, Kollat, dan Blackwell adalah suatu proses yang menunjukkan tahapan yang dilalui individu, mulai dari menyadari adanya kebutuhan, mengumpulkan informasi, mempertimbangkan berbagai alternatif, memilih opsi yang dianggap paling sesuai, hingga melakukan evaluasi ulang terhadap keputusan setelah melakukan pembelian.²⁷ Dalam konteks gaya hidup halal, proses ini tidak hanya didorong oleh pertimbangan fungsional, tetapi juga nilai religius yang memengaruhi cara konsumen menyeleksi produk, termasuk bodylotion syass glow racikan di Kabupaten Pinrang.²⁸

Allah Swt berfirman dalam Surah An-Nahl: 43 An-Nahl · Ayat 43

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رَجُلًا نُوحِي إِلَيْهِمْ فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٤٣﴾

Terjemahan:

Kami tidak mengutus sebelum engkau (Nabi Muhammad), melainkan laki-laki yang Kami beri wahyu kepadanya. Maka, bertanyalah kepada orang-orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui.²⁹

²⁷ Suciati Erwin, Musmulyadi, Inawati, "Keputusan Pembelian Interaktif -B2C Dan B2B-," n.d.

²⁸ Iffah Zubaidah and Muhammad Jamil Latief, "Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-Commerce Shopee Di Lingkungan RT08/RW10 Srimur Bekasi," *Jurnal Emt Kita* 6, no. 2 (2022).

²⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2005)

Surah An-Nahl ayat 43 menegaskan bahwa ketika manusia tidak mengetahui suatu perkara, mereka diperintahkan untuk bertanya kepada *ahlul zikr* atau orang-orang yang ahli di bidangnya agar memperoleh informasi yang benar. Prinsip ini sangat relevan dengan teori pengambilan keputusan konsumen, khususnya pada tahap pencarian informasi dan evaluasi alternatif. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen dituntut untuk tidak bertindak berdasarkan dugaan semata, tetapi harus mencari sumber informasi yang valid agar terhindar dari kesalahan dan risiko. Ayat ini memberikan landasan bahwa perilaku konsumsi dalam Islam harus dilandasi pengetahuan yang benar dan kehati-hatian. Hal tersebut selaras dengan konsep *perceived risk* dalam perilaku konsumen, di mana informasi dari pihak yang berkompeten dapat meminimalkan risiko dan meningkatkan kualitas keputusan.³⁰ Dalam konteks penggunaan bodylotion syass glow racikan, ayat ini mengarahkan konsumen untuk mencari informasi kepada pihak ahli seperti tenaga kesehatan, lembaga pengawas seperti BPOM, maupun ulama terkait aspek kehalalan dan keamanan produk. Dengan demikian, ayat ini menjadi dasar penting bagi konsumen Muslim untuk memastikan bahwa setiap keputusan konsumsi dilakukan atas dasar pengetahuan, verifikasi, dan prinsip kehati-hatian yang merupakan bagian integral dari gaya hidup halal.³¹

Tahap kesadaran masalah muncul ketika konsumen menyadari kebutuhan akan produk yang aman sekaligus sesuai syariat, misalnya keinginan menggunakan bodylotion syass glow yang bahan-bahannya jelas kehalalannya. Dorongan ini dapat

³⁰ Ade Nandar and Fitroh Hayati, "Implikasi Pendidikan Dari Al-Qur'an Surat An-Nahl Ayat 43-44 Tentang Tugas Rasul Sebagai 'Ahlu Dzikri' Terhadap Peran Guru Sebagai Sumber Pengetahuan," in *Bandung Conference Series: Islamic Education*, vol. 2, 2022, 160–67.

³¹ Gasali Ikhsan, "Tabdzir dan Israf Menelisik Pola Konsumsi Mahasiswa Sistem Asrama", Penerbit Nakomu, 2023.

berasal dari pemahaman agama, pengalaman sebelumnya, atau norma sosial di lingkungan mereka.³²

Pada tahap pencarian informasi, konsumen mulai mencari label halal, bertanya kepada pembuat produk, atau mendengarkan rekomendasi komunitas. Informasi yang dikumpulkan kemudian menjadi dasar untuk mengevaluasi berbagai alternatif, baik produk bersertifikat halal maupun bodylotion syass glow racikan lokal. Dalam masyarakat seperti Pinrang, evaluasi tidak hanya mempertimbangkan kualitas dan harga, tetapi juga faktor kepercayaan, etika produksi, serta kedekatan sosial dengan pembuat produk.³³

Keputusan pembelian akhirnya dipengaruhi oleh sejauh mana produk tersebut memenuhi kebutuhan religius dan sosial konsumen. Produk racikan sering dipilih karena dianggap lebih transparan dan dibuat oleh orang yang dipercaya. Setelah penggunaan, konsumen melakukan evaluasi pasca-pembelian yang menentukan apakah mereka akan mengulang pembelian atau merekomendasikannya kepada orang lain.³⁴

Melalui pendekatan kualitatif, dinamika ini dapat dipahami lebih dalam, terutama bagaimana nilai budaya, gotong royong, dan komitmen terhadap halal membentuk pola pengambilan keputusan masyarakat Pinrang dalam memilih produk perawatan tubuh.

³² Rizlah Maulizah and Sugianto Sugianto, “Pentingnya Produk Halal Di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang,” *El-Suffah: Jurnal Studi Islam* 1, no. 2 (2024): 129–47.

³³ Fatchurrachman, “Analisis Strategi Pemasaran Wardah Dalam Membangun Citra Halal Di Pasar Kosmetik Indonesia (Pendekatan Kualitatif Pada Konsumen Beragama Muslim Di Semarang)” (Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024).

³⁴ Diah Retno Sufi Fauzia, Edriana Pangestuti, and Aniesa Samira Bafadhal, “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 66, no. 1 (2019): 37–46.

C. Kerangka Konseptual

Agar memahami tujuan penelitian yang Berjudul "Internalisasi Halal Lifestyle terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Bodylotion syass glow (Studi Pada Remaja di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang)", maka dari itu peneliti akan menjelaskan definisi masing-masing kata yang terdapat dalam judul tersebut.

1. Internalisasi

Internalisasi nilai halal lifestyle merupakan proses penanaman nilai-nilai keislaman dalam diri individu yang berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan produk halal, sehingga nilai tersebut tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diyakini dan diwujudkan dalam perilaku sehari-hari. Proses internalisasi ini meliputi tahap pemahaman, penghayatan, hingga pengamalan nilai halal dalam aktivitas konsumsi. Dalam konteks penelitian ini, internalisasi nilai halal lifestyle pada remaja Muslimah tercermin dari kesadaran dalam mempertimbangkan aspek kehalalan, keamanan, dan kebaikan (halalan thayyiban)³⁵ dalam memilih produk body lotion. Namun, dalam praktiknya, proses internalisasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti lingkungan sosial, gaya hidup, serta persepsi terhadap kecantikan. Hal ini dapat memengaruhi keputusan konsumsi, termasuk dalam penggunaan body lotion racikan seperti Syass Glow yang belum memiliki kejelasan kehalalan dan keamanannya. Dengan demikian, tingkat internalisasi nilai halal lifestyle akan menentukan apakah remaja Muslimah mampu mengambil keputusan konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariat atau justru dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti tren dan tekanan sosial.

³⁵ Muhamad Arsudin et al., "Konsep Halalan Thayyiban Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya Dengan Kesehatan Jiwa," *Adh Dhiya| Journal of The Quran and Tafseer Studies* 1, no. 2 (2024): 73–89.

2. *Halal Lifestyle* (Gaya Hidup Halal)

Halal lifestyle adalah pola hidup yang menjadikan prinsip syariah Islam sebagai pedoman dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk konsumsi produk kosmetik. Gaya hidup halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup penggunaan produk perawatan tubuh yang aman (*thayyib*), bersih, dan tidak mengandung unsur haram atau membahayakan kesehatan.³⁶ Dalam kerangka konseptual penelitian ini, *halal lifestyle* mencakup beberapa dimensi, antara lain kesadaran halal (*halal awareness*), tingkat religiusitas, sikap kehati-hatian terhadap produk, serta kebiasaan memilih produk yang memiliki kejelasan komposisi dan legalitas.

3. Perilaku konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan aktivitas atau tindakan individu dalam memilih, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku ini tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional seperti harga dan kualitas, tetapi juga oleh faktor nilai, gaya hidup, lingkungan sosial, serta keyakinan yang dimiliki individu. Dalam konteks penelitian ini, perilaku konsumsi merujuk pada bagaimana remaja Muslimah mengambil keputusan dalam menggunakan produk kosmetik, khususnya body lotion Syass Glow. Perilaku tersebut mencerminkan sejauh mana nilai *halal lifestyle* telah dipahami dan diterapkan, terutama dalam mempertimbangkan aspek kehalalan, keamanan, dan kebaikan produk sesuai dengan prinsip *halalan thayyiban*. Ini mencerminkan keputusan yang

³⁶ Ade Nur Rohim and Prima Dwi Priyatno, "Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 4, no. 2 (2021): 26–35.

telah direalisasikan dan dapat diamati melalui pengalaman langsung, frekuensi pemakaian, serta keberlanjutan penggunaan produk.³⁷

4. Bodylotion syass glow

Body lotion Syass Glow merupakan produk perawatan tubuh berupa lotion racikan yang beredar di masyarakat secara non-resmi dan belum memiliki kejelasan izin edar dari BPOM maupun sertifikasi halal. Produk ini umumnya digunakan dengan tujuan untuk mencerahkan atau memutihkan kulit dalam waktu relatif cepat, sehingga cukup diminati oleh kalangan remaja. Namun, karena tidak adanya informasi yang jelas mengenai komposisi bahan dan proses produksinya, penggunaan body lotion Syass Glow berpotensi menimbulkan risiko kesehatan serta menimbulkan keraguan dari segi kehalalan dan prinsip *halalan thayyiban*.

5. Remaja Muslimah

Remaja Muslimah dalam penelitian ini merujuk pada kelompok usia tertentu, khususnya remaja akhir (sekitar 20–24 tahun), yang berada pada fase pencarian jati diri dan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial serta tren. Kelompok ini dianggap rentan terhadap pengaruh pergaulan sebaya, standar kecantikan, dan media sosial, sehingga menarik untuk dikaji dalam konteks perilaku konsumsi produk kecantikan yang berisiko.³⁸

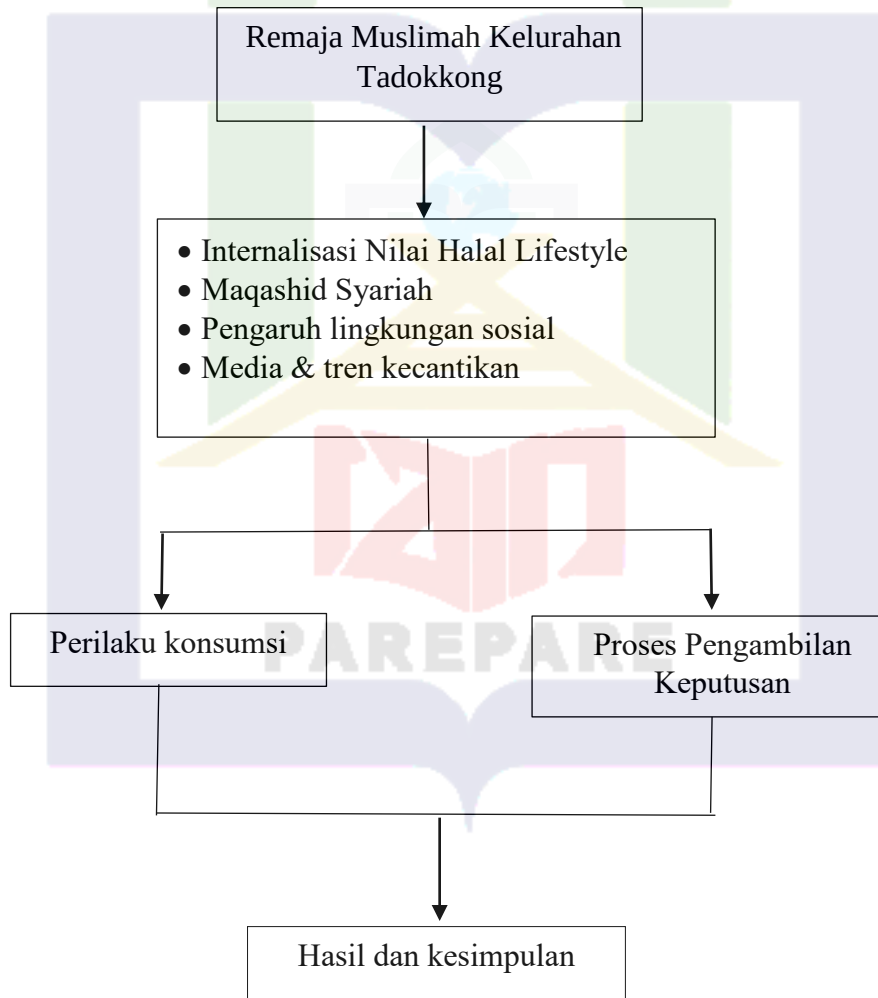
D. Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang yang membahas Internalisasi Halal Lifestyle terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Bodylotion syass glow Racikan (Studi

³⁷ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*, vol. 3 (Prenada Media, 2019).

³⁸ Achmad Marzuqi and Reny Yuniasanti, “Tingkatan Identitas Karir Pada Remaja Akhir,” *Peran Psikologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia*, 2024, 684–95.

Pada Remaja di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang. Kerangka fikir ini bertujuan sebagai landasan sistematis untuk berfikir dalam menguraikan masalah-masalah yang dibahas dalam proposal ini. Hal ini perlu dikemukakan karena berfungsi mengarahkan penulis untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan guna memecahkan masalah penelitian secara ilmiah. Secara sederhana untuk memepermudah penelitian ini, peneliti membuat bagan kerangka fikir sebagai berikut:



Penelitian ini memfokuskan analisis pada empat aspek utama, yaitu internalisasi nilai halal lifestyle, maqashid syariah, pengaruh lingkungan sosial, serta media dan tren kecantikan. Internalisasi nilai halal lifestyle digunakan untuk melihat sejauh mana nilai-nilai keislaman dipahami, diyakini, dan diterapkan oleh remaja muslimah dalam memilih serta menggunakan produk kosmetik. Selanjutnya, maqashid syariah digunakan sebagai landasan untuk menilai kesesuaian perilaku konsumsi dengan tujuan syariat Islam, khususnya dalam menjaga agama (hifz ad-din), menjaga jiwa (hifz an-nafs), menjaga akal (hifz al-aql), dan menjaga harta (hifz al-mal). Selain itu, pengaruh lingkungan sosial seperti keluarga, teman sebaya, dan masyarakat sekitar turut berperan dalam membentuk pola konsumsi remaja. Di sisi lain, perkembangan media sosial dan tren kecantikan juga menjadi faktor yang memengaruhi persepsi serta keputusan penggunaan body lotion Syass Glow.

Aspek tersebut kemudian dianalisis melalui perilaku konsumsi dan proses pengambilan keputusan remaja muslimah pengguna Syass Glow. Perilaku konsumsi menggambarkan bagaimana remaja memilih, menggunakan, dan memaknai produk yang dikonsumsi, sedangkan proses pengambilan keputusan meliputi tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan penggunaan produk. Melalui analisis tersebut, penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran mengenai proses internalisasi nilai halal lifestyle dalam perilaku konsumsi body lotion Syass Glow pada remaja muslimah di Kelurahan Tadokkong. Hasil dari penelitian ini selanjutnya digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai tingkat internalisasi nilai halal lifestyle serta faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi dan keputusan penggunaan body lotion Syass Glow di kalangan remaja muslimah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan studi kasus.³⁹ Penelitian kualitatif dipilih untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena internalisasi gaya hidup halal terhadap keputusan konsumen, dengan menekankan pada pemaknaan subjektif serta konteks sosial dan budaya remaja di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang. Pendekatan deskriptif bertujuan memberikan gambaran faktual dan sistematis mengenai perilaku konsumsi bodylotion syass glow racikan, sedangkan studi kasus digunakan untuk menganalisis fenomena tersebut secara mendalam pada satu lokasi penelitian sebagai unit analisis tunggal.⁴⁰

Pendekatan ini dianggap tepat karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman, pandangan, dan pola penerapan *halal lifestyle* dalam keputusan penggunaan produk, tanpa terbatas pada data numerik. Melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi makna dan pola yang muncul terkait praktik konsumsi bodylotion syass glow racikan di lingkungan penelitian.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dan lokasi penelitian ditetapkan untuk memastikan pengumpulan data berlangsung pada konteks sosial yang relevan dengan fenomena *halal lifestyle*.

³⁹ Hendrik Poltak and Robert Rianto Widjaja, "Pendekatan Metode Studi Kasus Dalam Riset Kualitatif," *Local Engineering* 2, no. 1 (2024): 31–34.

⁴⁰ Diva Anjani, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menerima Risiko Terhadap Pemakaian Produk Kosmetik Non Bpom (Studi Kasus Lotion Hb Dosting)" (Universitas Malikussaleh, 2024).

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Tadokkong Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan, karena wilayah ini menunjukkan dinamika penerapan gaya hidup halal sekaligus tingginya penggunaan produk perawatan tubuh, termasuk bodylotion syass glow racikan. Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan. Rentang waktu ini dipilih agar peneliti dapat melakukan observasi, wawancara mendalam, dan verifikasi data secara optimal dengan masyarakat setempat yang menjadi konsumen aktif produk bodylotion syass glow racikan.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah memahami pengaruh internalisasi *halal lifestyle* terhadap keputusan konsumsi bodylotion syass glow racikan pada remaja Muslimah di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang. Penelitian ini menelaah bagaimana kesadaran halal, nilai religius, dan preferensi kehalalan memengaruhi perilaku remaja dalam memilih produk perawatan tubuh yang umumnya tidak memiliki sertifikasi halal atau izin edar resmi.

Selain itu, penelitian ini juga mengkaji proses pengambilan keputusan konsumsi, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, hingga keputusan penggunaan bodylotion syass glow racikan, serta kesesuaiannya dengan prinsip *halalan thayyiban*. Fokus ini bertujuan menggambarkan sejauh mana nilai-nilai halal benar-benar diterapkan dalam praktik konsumsi remaja Muslimah.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder, yang saling melengkapi untuk memberikan pemahaman yang holistik. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui wawancara mendalam, yang

mencakup narasi pribadi tentang pengalaman internalisasi gaya hidup halal dan keputusan konsumen menggunakan bodylotion syass glow racikan. Jenis data ini bersifat kualitatif, fokus pada pengalaman subjektif, motivasi, dan konteks sosial, sehingga memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan remaja Muslimah di Kelurahan Tadokkong, Kabupaten Pinrang. Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti dari informan sebagai sumber utama tanpa perantara.⁴¹ Sehingga mampu menggambarkan pengalaman, pandangan, dan pemaknaan subjektif informan terkait internalisasi gaya hidup halal dan keputusan konsumsi bodylotion syass glow racikan.

Informan penelitian berjumlah 15 orang remaja Muslimah yang aktif menggunakan bodylotion syass glow racikan, dengan jumlah tersebut dianggap cukup untuk mencapai dalam pengambilan data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, baik secara tatap muka maupun daring, untuk menggali pemahaman tentang *halal lifestyle*, alasan pemilihan bodylotion syass glow racikan, serta realitas penerapan prinsip *halalan thayyiban* dalam praktik konsumsi. Selain itu, observasi awal melalui wawancara pendahuluan dengan beberapa remaja juga digunakan untuk mengidentifikasi pola perilaku konsumsi di lokasi penelitian.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang telah tersedia sebelumnya, bukan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti di lapangan. Data ini umumnya digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi dan memperkuat

⁴¹ Undari Sulung and Mohamad Muspawi, "Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier," *Edu Research* 5, no. 3 (2024): 110–16.

hasil penelitian, terutama dalam memberikan konteks teoritis, statistik, dan kebijakan yang relevan.⁴² Sumber data sekunder biasanya berasal dari publikasi resmi, laporan lembaga, arsip, maupun dokumen tertulis yang dapat diakses secara daring maupun cetak.

Berbeda dengan data primer, data sekunder diperoleh dari hasil penelitian atau pencatatan pihak lain yang telah melalui proses pengolahan dan publikasi. Contoh data sekunder meliputi data dari Badan Pusat Statistik (BPS), laporan instansi pemerintah, jurnal ilmiah, buku referensi, serta dokumen resmi lainnya. Penggunaan data sekunder dalam penelitian ini berfungsi untuk mendukung analisis data primer, memperkaya pembahasan, serta memperkuat argumentasi ilmiah terkait fenomena yang diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data

1. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena yang diteliti di lapangan dengan memanfaatkan kemampuan indera peneliti, seperti penglihatan dan pendengaran. Observasi dilakukan secara sistematis, terencana, dan objektif tanpa melakukan intervensi terhadap subjek penelitian, sehingga kondisi yang diamati mencerminkan situasi alami yang sebenarnya. Melalui teknik observasi, peneliti dapat mengidentifikasi perilaku, kebiasaan, pola interaksi, serta kondisi sosial yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan responden dengan menggunakan pertanyaan terbuka untuk menggali pandangan, pengalaman, atau persepsi. Metode ini

⁴² Komang Ayu Henny Achjar et al., *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

dapat berupa wawancara mendalam yang bersifat bebas maupun wawancara terarah dengan pedoman khusus. Adapun data dilakukan secara purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu remaja Muslimah berusia 20–24 tahun yang memiliki pengalaman menggunakan bodylotion syass glow racikan.⁴³ Jumlah informan 15 orang hingga mencapai saturasi data, sehingga data yang diperoleh bersifat mendalam, kontekstual, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui penelaahan dokumen, arsip, dan bahan tertulis seperti laporan, foto, atau catatan. Metode ini berfungsi sebagai data pendukung yang bersifat objektif untuk memperkuat dan memvalidasi temuan hasil observasi maupun wawancara.

F. Uji Keabsahaan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui triangulasi sumber informan, yaitu membandingkan data dari wawancara mendalam dengan dokumentasi. Teknik ini penting karena data kualitatif sering kali subjektif, sehingga triangulasi membantu memvalidasi temuan dengan perspektif yang berbeda. Selain itu, diterapkan *member checking*, di mana hasil transkripsi wawancara dikembalikan kepada informan untuk konfirmasi, memungkinkan koreksi jika ada misinterpretasi.

Triangulasi sumber merupakan salah satu teknik verifikasi data yang penting dalam penelitian kualitatif. John W. Creswell menegaskan bahwa triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek sekaligus membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data. Tujuannya adalah menguji ulang keakuratan dan konsistensi data melalui proses *cross-check*, sehingga peneliti dapat memastikan

⁴³ Hidayati et al., “Bimbingan Karir Dalam Perencanaan Karir Remaja Akhir.”

bahwa temuan tidak hanya bergantung pada satu informan atau satu jenis data saja.⁴⁴ Dalam pandangan Creswell, triangulasi memperkuat kredibilitas hasil penelitian karena setiap informasi divalidasi melalui konfirmasi dari informan yang berbeda, dokumen pendukung, maupun catatan lain yang relevan.⁴⁵

Prof. Sugiyono menjelaskan bahwa triangulasi sumber merupakan teknik pengujian keabsahan data yang menggabungkan berbagai sumber informasi dan teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, serta dokumentasi. Dengan membandingkan hasil dari beragam sumber tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih objektif dan komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Dalam kerangka pemikiran Sugiyono, triangulasi tidak hanya berfungsi untuk mengecek konsistensi data, tetapi juga untuk memperkaya interpretasi melalui integrasi berbagai perspektif.⁴⁶

Secara keseluruhan, triangulasi sumber menjadi strategi yang esensial dalam meningkatkan validitas dan kredibilitas penelitian kualitatif. Teknik ini memastikan bahwa data yang dihasilkan telah melalui proses verifikasi silang dari berbagai informan, dokumen, arsip, maupun hasil observasi, sehingga temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah serta terhindar dari bias peneliti.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif melalui proses pengumpulan data, reduksi

⁴⁴ W Creswell John, "Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran," *Edisi Keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 2016.

⁴⁵ Gazi Saloom, "Tehnik Dan Analisis Data Penelitian Kualitatif," *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*, n.d., 153.

⁴⁶ Dedi Susanto and M Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah," *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, no. 1 (2023): 53–61.

data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁴⁷ Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap remaja muslimah pengguna body lotion Syass Glow di Kelurahan Tadokkong. Selanjutnya, data yang terkumpul direduksi dengan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu internalisasi nilai halal lifestyle dalam perilaku konsumsi kosmetik. Data yang telah diseleksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan peneliti dalam memahami pola dan hubungan antar temuan. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek kembali informasi yang diperoleh dari informan remaja muslimah pengguna Syass Glow. Selain itu, data hasil wawancara juga dibandingkan dengan hasil observasi dan dokumentasi sehingga diperoleh data yang valid, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

⁴⁷ Qomaruddin Qomaruddin and Halimah Sa'diyah, "Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles Dan Huberman," *Journal of Management, Accounting, and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Kelurahan Tadokkong merupakan salah satu wilayah yang berada di Kabupaten Pinrang dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Kehidupan masyarakat di wilayah ini masih sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai religius dan budaya lokal. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Tadokkong cukup memperhatikan aspek keagamaan, termasuk dalam pola konsumsi. Namun, perkembangan teknologi dan media sosial membawa perubahan terhadap gaya hidup remaja, khususnya dalam bidang kecantikan dan penggunaan kosmetik.

Saat ini penggunaan body lotion racikan, termasuk produk Syass Glow, cukup populer di kalangan remaja muslimah di Tadokkong. Produk tersebut dikenal karena mampu memberikan efek kulit lebih cerah dalam waktu relatif singkat dengan harga yang terjangkau. Popularitas tersebut membuat banyak remaja tertarik menggunakan produk meskipun sebagian besar belum mengetahui secara pasti kandungan, legalitas, dan status kehalalannya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana remaja muslimah memaknai halal lifestyle serta bagaimana nilai tersebut diinternalisasikan dalam perilaku konsumsi body lotion Syass Glow. Penelitian dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam kepada beberapa remaja muslimah pengguna Syass Glow di Tadokkong.

1. Pemaknaan Halal Lifestyle oleh Remaja Muslimah di Tadokkong

Halal lifestyle merupakan pola hidup yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam perilaku konsumsi. Konsep ini

tidak hanya berkaitan dengan makanan dan minuman halal, tetapi juga mencakup penggunaan produk yang aman, baik, dan sesuai dengan ketentuan syariat Islam.⁴⁸

Kurangnya pemahaman mengenai halal lifestyle menyebabkan sebagian besar remaja belum menerapkan prinsip tersebut dalam perilaku konsumsi kosmetik. Dalam memilih body lotion, remaja lebih banyak mempertimbangkan hasil yang diperoleh dibandingkan aspek halal dan keamanan produk. Produk Syass Glow dipilih karena dianggap mampu memberikan hasil cepat, seperti membuat kulit tampak lebih putih dan glowing dalam waktu singkat. Selain itu, harga produk yang relatif terjangkau juga menjadi alasan remaja tertarik menggunakannya.

Selain itu, pemahaman halal lifestyle pada remaja juga dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan pendidikan agama yang diterima. Remaja yang mendapatkan pemahaman agama lebih baik cenderung memiliki perhatian terhadap aspek halal dalam penggunaan produk kosmetik. Sebaliknya, remaja yang kurang mendapatkan edukasi mengenai konsep halalan thayyiban cenderung lebih fokus pada hasil produk.⁴⁹

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi remaja lebih dipengaruhi oleh keinginan memperoleh hasil instan dibandingkan kesadaran untuk menggunakan produk yang halal dan aman. Sebagian besar remaja mengaku tidak mengetahui secara jelas kandungan body lotion yang digunakan. Mereka juga kurang memperhatikan apakah produk tersebut memiliki izin edar BPOM maupun sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan halal lifestyle dalam konsumsi kosmetik belum menjadi prioritas utama bagi remaja muslimah di Tadokkong.

⁴⁸ Rohim and Priyatno, "Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal."

⁴⁹ Rini Hayati Lubis and Nurul Izzah, *Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z Di Sumatera Utara* (Bypass, 2022).

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sebagian remaja sebenarnya menyadari bahwa penggunaan produk halal merupakan bagian dari ajaran Islam. Akan tetapi, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka menganggap bahwa selama produk memberikan hasil yang baik dan tidak menimbulkan efek berbahaya secara langsung, maka produk tersebut masih aman digunakan. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa kesadaran terhadap pentingnya konsep *halalan thayyiban* masih tergolong rendah.

a. Kesadaran Religius

Kesadaran religius merupakan salah satu indikator penting dalam melihat bagaimana remaja muslimah memaknai *halal lifestyle* dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar remaja muslimah di Tadokong memahami bahwa sebagai seorang muslim mereka dianjurkan untuk menggunakan produk yang halal dan aman. Namun, pemahaman tersebut masih terbatas pada aspek makanan dan minuman, sedangkan dalam penggunaan kosmetik seperti body lotion belum menjadi perhatian utama. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran religius terkait penerapan *halal lifestyle* dalam penggunaan produk kecantikan masih belum maksimal.⁵⁰

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sebagian remaja sebenarnya memahami pentingnya menggunakan produk halal dan aman. Namun, kesadaran tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Keinginan memperoleh hasil instan dan pengaruh lingkungan sosial membuat mereka

⁵⁰ Aghnia Nadia Faza et al., "Peningkatkan Kesadaran Halal Lifestyle Di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Putri Al-Barqy," *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural* 3, no. 2 (2025): 92–99.

tetap menggunakan produk yang belum jelas legalitasnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Nita Fitriani (24 tahun), diketahui bahwa:

“Kalau menurut saya produk halal itu penting karena kita sebagai muslim harus memakai yang halal. Tapi selama ini saya lebih fokus perhatikan makanan dibanding kosmetik karena saya pikir lotion itu dipakai di luar saja.”⁵¹

Wawancara lain dengan informan Siti Farazhila (20 tahun) menyatakan:

“Saya kurang mengetahui tentang *halalan thayyibah*, tapi karena banyak teman yang pakai Syass Glow dan hasilnya cepat kelihatan, saya jadi ikut mencoba.”⁵²

Wawancara dengan informan Sudarmi Sudirman (21 tahun) juga mengungkapkan bahwa:

“Saya jarang cek halal atau tidaknya lotion yang dipakai. Biasanya kalau banyak teman pakai dan hasilnya bagus saya ikut pakai juga.”⁵³

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemaknaan halal lifestyle pada remaja muslimah di Tadokkong masih berada pada tahap pemahaman dasar. Konsep halal lifestyle dipahami sebagai bagian dari ajaran Islam, tetapi penerapannya dalam konsumsi kosmetik belum sepenuhnya konsisten karena dipengaruhi oleh tren kecantikan dan lingkungan sosial.

b. Pertimbangan Halal Dan Thayyib

Pertimbangan halal dan *thayyib* berkaitan dengan perhatian remaja terhadap kehalalan, keamanan, kandungan, serta legalitas produk yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar remaja muslimah di Tadokkong belum menjadikan aspek halal dan *thayyib* sebagai pertimbangan utama dalam memilih body lotion.

⁵¹ Nita Fitriani, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 08 Mei 2026.

⁵² Siti Farazhila, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 30 April 2026

⁵³ Sudarmi Sudirman, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 15 Mei 2026

Mereka lebih fokus pada hasil produk, seperti efek memutihkan dan mencerahkan kulit secara cepat.⁵⁴

Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai perhatian informan terhadap kandungan dan legalitas produk body lotion yang digunakan. Hasil wawancara dengan informan Nur Aena (21 tahun) menyatakan bahwa:

“Saya sebenarnya tidak terlalu perhatikan kandungannya, yang penting banyak yang bilang bagus dan cepat putih.”⁵⁵

Sementara itu, hasil wawancara dengan informan Siti Farazhila (20 tahun) menyatakan bahwa:

“Kalau BPOM atau halal saya kadang lihat, tapi tidak terlalu saya pahami. Saya lebih lihat hasil orang yang sudah pakai.”⁵⁶

Selanjutnya, Sudarmi Sudirman (22 tahun) mengungkapkan bahwa:

“Saya mengetahui kandungannya tapi saya tidak peduli akibatnya, yang penting hasilnya memuaskan dan membuat saya lebih percaya diri.”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pertimbangan halal dan *thayyib* dalam penggunaan body lotion Syass Glow masih belum diterapkan secara optimal oleh remaja muslimah di Tadokkong. Sebagian besar informan lebih mengutamakan hasil instan dibandingkan memperhatikan keamanan, legalitas, dan kehalalan produk yang digunakan.

c. Pengaruh Lingkungan Sosial

Pengaruh lingkungan sosial menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumsi remaja muslimah dalam penggunaan body lotion Syass Glow. Lingkungan pertemanan dan media sosial memiliki peran besar dalam

⁵⁴ Daryanto Daryanto et al., “Makanan Halal Dan Thayyib Bagi Kesehatan Siswa Perspektif Al-Qur’an Di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Lailatul Qodar” 5, no. 1 (2025): 11 54–69.

⁵⁵ Nur Aena, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 13 Mei 2026

⁵⁶ Siti Farazhila, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 30 April 2026

⁵⁷ Sudarmi Sudirman, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 15 Mei 2026

membentuk keputusan penggunaan produk kecantikan. Banyak remaja menggunakan produk tertentu karena melihat teman atau pengguna media sosial memperoleh hasil yang dianggap memuaskan.⁵⁸

Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai pengaruh teman dan media sosial terhadap keputusan penggunaan Syass Glow. Hasil wawancara dengan Nita Fitriani (24 tahun) menyatakan bahwa:

“Saya awalnya tahu Syass Glow dari TikTok dan teman-teman yang pakai. Karena banyak yang bilang bagus jadi saya tertarik mencoba.”⁵⁹

Sementara itu, hasil wawancara dengan informan Siti Farazhila (20 tahun) menyatakan bahwa:

“Pengaruh teman memang besar sekali karena hampir semua teman saya pakai lotion yang sama. Jadi saya ikut beli supaya tidak ketinggalan.”⁶⁰

Selanjutnya, informan Sudarmi Sudirman (22 tahun) juga mengungkapkan bahwa:

“Saya sering lihat review Syass Glow di media sosial, apalagi banyak yang kasih testimoni kulit jadi cepat putih. Itu yang bikin saya yakin untuk pakai.”⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku konsumsi remaja muslimah di Tadokkong. Penggunaan body lotion Syass Glow lebih banyak dipengaruhi oleh tren, rekomendasi teman, dan media sosial dibandingkan pertimbangan halal dan keamanan produk.

⁵⁸ Rizki Munawaroh, “Pengaruh Lifestyle, Teman Sebaya Dab Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Mahasiswa Dalam Pembelian Produk Fashion Muslim,” *UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2023.

⁵⁹ Nita Fitriani, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 08 Mei 2026.

⁶⁰ Siti Farazhila, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 30 April 2026

⁶¹ Sudarmi Sudirman, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 15 Mei 2026

2. Proses Internalisasi Nilai Halal Lifestyle dalam Perilaku Konsumsi Body Lotion Syass Glow

Proses internalisasi nilai *halal lifestyle* dalam perilaku konsumsi body lotion Syass Glow pada remaja muslimah di Tadokkong dapat dianalisis melalui perspektif *Maqashid Syariah*. Dalam konsep ini, perilaku konsumsi seorang Muslim seharusnya tidak hanya didasarkan pada keinginan memperoleh manfaat secara fisik, tetapi juga mempertimbangkan aspek kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Nilai-nilai tersebut mencakup menjaga agama (*hifz ad-din*), menjaga jiwa (*hifz an-nafs*), menjaga akal (*hifz al-aql*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*). Namun, berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa proses internalisasi nilai halal lifestyle pada remaja muslimah di Tadokkong belum berlangsung secara optimal.⁶²

Berdasarkan hasil penelitian, proses internalisasi nilai halal lifestyle dimulai dari lingkungan keluarga, pendidikan agama, lingkungan sosial, dan media sosial. Keluarga menjadi tempat pertama remaja mengenal konsep halal dalam kehidupan sehari-hari.⁶³ Akan tetapi, pemahaman yang diberikan sebagian besar masih terbatas pada makanan dan minuman halal, sedangkan penggunaan kosmetik belum menjadi perhatian utama. Akibatnya, banyak remaja yang belum memahami bahwa penggunaan body lotion juga harus memperhatikan aspek halal, aman, dan baik (*thayyib*).

Dalam perspektif *Maqashid Syariah*, kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan prinsip menjaga agama (*hifz ad-din*) belum sepenuhnya terinternalisasi dalam perilaku konsumsi kosmetik. Sebagian besar remaja memahami bahwa

⁶² Ghofar Shidiq et al., "Teori Maqashid Al-Syari'ah Dalam Hukum Islam," n.d., 117–30.

⁶³ Elvi Sukriyah, "Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Bagi Remaja Di Lingkungan Keluarga Di Kota Subulussalam," *Jurnal Educatio: Jurnal Pendidikan Indonesia* 10, no. 1 (2024): 48–63.

menggunakan produk halal merupakan bagian dari ajaran Islam, tetapi dalam praktiknya mereka masih lebih mempertimbangkan manfaat produk dibandingkan status halal dan legalitasnya.⁶⁴

Proses internalisasi juga dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan dan Media Sosial. Ketika banyak teman menggunakan Syass Glow dan menunjukkan hasil yang dianggap memuaskan, remaja lain menjadi terdorong untuk mengikuti penggunaan produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial di sekitarnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Adhelia (21 tahun), diperoleh keterangan:

“Saya awalnya tertarik pakai Syass Glow karena sering lihat review di TikTok dan banyak teman yang pakai.”⁶⁵

Informan lainnya, Ayu Pratiwi (22 tahun), menyatakan:

“Saya tahu kalau kosmetik harus diperhatikan halal dan BPOM-nya, tapi karena sering lihat promosi di media sosial dan banyak review bagus, saya jadi tertarik membeli.”⁶⁶

Selanjutnya, Jumriani (23 tahun), menyatakan:

“Saya mengetahui kalau produk skincare atau lotion harus diperhatikan keamanannya, tapi karena banyak teman yang pakai dan hasilnya cepat kelihatan, saya ikut tertarik menggunakan Syass Glow.”⁶⁷

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa proses internalisasi nilai *halal lifestyle* pada remaja muslimah pengguna body lotion Syass Glow di Tadokkong belum berlangsung secara maksimal. Nilai-nilai *Maqashid*

⁶⁴ Diaz Fayat Habibullah, “Labelisasi Halal Dalam Produk Makanan Ditinjau Dari Maqasid Hukum Ekonomi Syariah” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024).

⁶⁵ Adhelia, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 17 Mei 2026

⁶⁶ Ayu Pratiwi, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 17 Mei 2026

⁶⁷ Jumriani, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 8 Mei 2026

Syariah seperti menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, dan menjaga harta belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku konsumsi kosmetik. Sebagian besar remaja masih lebih dipengaruhi oleh tren kecantikan, media sosial, lingkungan pertemanan, dan keinginan memperoleh hasil instan dibandingkan pertimbangan halal, keamanan, dan kemaslahatan produk yang digunakan.⁶⁸

3. Pengaruh Nilai Halal Lifestyle terhadap Keputusan Penggunaan Syass

Glow

Berdasarkan hasil penelitian, nilai halal lifestyle memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan body lotion Syass Glow, namun pengaruh tersebut belum menjadi faktor utama dalam perilaku konsumsi remaja muslimah di Tadokkong. Sebagian besar remaja lebih mempertimbangkan manfaat produk, harga yang terjangkau, dan hasil yang cepat dibandingkan aspek halal dan keamanan produk.⁶⁹

Sebagian informan mengaku bahwa konsep halal lifestyle penting untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam penggunaan kosmetik. Akan tetapi, dalam praktiknya mereka masih sering mengabaikan aspek legalitas dan kandungan produk karena lebih tertarik pada hasil yang diperoleh.

Keputusan penggunaan Syass Glow dipengaruhi oleh persepsi bahwa produk tersebut mampu membuat kulit lebih putih dan glowing dalam waktu singkat. Selain itu, harga produk yang relatif murah membuat remaja lebih mudah tertarik untuk membeli dan menggunakannya secara rutin.

⁶⁸ Afrizal Tw, "Pendekatan Maqasid Syari'ah Terhadap Produk Kesehatan: Antara Kebutuhan Primer Dan Etika Konsumsi," *Journal of Scientech Research and Development* 7, no. 1 (2025): 40–50.

⁶⁹ Sarah Shabrina, "Implementasi Religiusitas Dan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Kasus Wanita Gen Z Jabodetabek)" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, n.d.).

Media sosial juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk keputusan konsumsi remaja. Testimoni pengguna, video promosi, serta rekomendasi dari teman sebaya membuat remaja merasa yakin untuk mencoba produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumsi remaja tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi, tetapi juga oleh tren dan pengaruh lingkungan digital.⁷⁰

a. Pengenalan Kebutuhan

Tahap pengenalan kebutuhan merupakan tahap awal dalam proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu ketika individu menyadari adanya kebutuhan atau keinginan terhadap suatu produk. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar remaja muslimah di Tadokkong mulai tertarik menggunakan body lotion Syass Glow karena adanya keinginan untuk memiliki kulit yang lebih putih dan cerah. Selain itu, pengaruh standar kecantikan di lingkungan sosial dan media sosial juga menjadi faktor yang mendorong munculnya kebutuhan tersebut.⁷¹

Berdasarkan wawancara dengan informan Nur Aena (21 tahun), diketahui bahwa:

“Awalnya karena saya ingin kulit lebih cerah dan glowing seperti yang sering saya lihat di media sosial.”⁷²

Sementara itu, Fitriani (21 tahun) menyatakan:

“Saya tertarik pakai Syass Glow karena banyak teman saya yang kulitnya jadi putih setelah pakai lotion itu.”⁷³

Selanjutnya, informan Melly (23 tahun) juga mengungkapkan bahwa:

⁷⁰ Dian Ayu Larasati and Salim Siregar, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Pada Generasi Z,” *An Nuqud Journal of Islamic Economics* 4, no. 1 (2025): 112–18.

⁷¹ Zulia Luddiana, “Prilaku Konsumsi Remaja Ponorogo Di Era Digital Sebagai Dampak Dari Penggunaan Media Sosial,” *Iain Ponorogo*, 2024.

⁷² Nur Aena, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 13 Mei 2026

⁷³ Fitriani, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 13 Mei 2026

“Saya merasa kurang percaya diri dengan kulit yang kusam, kebetulan saya melihat banyak yang menggunakan syass glow dan hasilnya instan jadi tertarik menggunakannya”⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kebutuhan penggunaan body lotion Syass Glow pada remaja muslimah di Tadokkong muncul karena keinginan memperbaiki penampilan, meningkatkan rasa percaya diri, serta pengaruh standar kecantikan yang berkembang di lingkungan sosial dan media sosial.

b. Pencarian Informasi

Tahap pencarian informasi merupakan proses ketika konsumen mulai mencari berbagai informasi mengenai produk sebelum memutuskan untuk menggunakan produk tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar remaja muslimah memperoleh informasi mengenai Syass Glow melalui media sosial, teman sebaya, dan testimoni pengguna lain. Namun, informasi yang dicari lebih banyak berkaitan dengan hasil penggunaan produk dibandingkan keamanan dan kehalalannya.⁷⁵

Dalam wawancara ini, peneliti menanyakan mengenai sumber informasi yang diperoleh informan sebelum menggunakan Syass Glow.

Yang pertama, hasil wawancara dengan informan Nur Aena (21 tahun) menyatakan bahwa:

“Saya tahu Syass Glow dari TikTok karena banyak yang review hasilnya bagus dan cepat putih.”⁷⁶

Sementara itu, informan Ogi Fauziah (21 tahun) menyatakan bahwa:

⁷⁴ Melly, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 17 Mei 2026

⁷⁵ Fitria Khairum Nisa and Viratama, “Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z Dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar)” 4, no. 2 (2020): 146–59.

⁷⁶ Nur Aena, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 13 Mei 2026

“Biasanya saya lihat testimoni di Instagram dan tanya juga ke teman yang sudah pernah pakai.”⁷⁷

Selanjutnya, informan Dinul Mardia (23 tahun) mengungkapkan bahwa:

“Saya lebih percaya kalau teman sendiri yang merekomendasikan karena bisa langsung lihat hasilnya di kulit mereka.”⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa proses pencarian informasi remaja muslimah di Tadokkong lebih banyak dipengaruhi oleh media sosial dan lingkungan pertemanan. Sebagian besar informan belum mencari informasi secara mendalam mengenai kandungan, legalitas, dan keamanan produk sebelum menggunakannya.

c. Keputusan Pembelian/Penggunaan

Tahap keputusan pembelian atau penggunaan merupakan tahap ketika konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk tertentu setelah melalui proses pertimbangan. Berdasarkan hasil penelitian, keputusan remaja muslimah menggunakan body lotion Syass Glow dipengaruhi oleh hasil penggunaan yang dianggap cepat, harga yang terjangkau, serta rekomendasi dari teman dan media sosial.⁷⁹

Yang pertama, hasil wawancara dengan informan Nur zakinah (20 tahun) menyatakan bahwa:

“Saya akhirnya pakai karena banyak yang bilang hasilnya cepat kelihatan dan harganya juga masih terjangkau.”⁸⁰

⁷⁷ Ogi Fauziah, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 13 Mei 2026

⁷⁸ Dinul Mardia, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 15 Mei 2026

⁷⁹ Citra Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ms Glow” (UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024).

⁸⁰ Nur Zakinah, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 9 Mei 2026

Sementara itu, informan Andi Nurul Fadhila (22 tahun) menyatakan bahwa:

“Saya yakin pakai karena banyak yang menggunakan dikampung dan kulitnya jadi lebih cerah setelah menggunakan Syass Glow.”⁸¹

Selanjutnya, informan Khusnul azzahra (22 tahun) juga mengungkapkan bahwa:

“Saya memutuskan beli karena penasaran dengan hasilnya setelah lihat banyak testimoni bagus di media sosial Instagram dan tiktok.”⁸²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan body lotion Syass Glow pada remaja muslimah di Tadokkong lebih banyak dipengaruhi oleh hasil instan, harga produk yang terjangkau, serta pengaruh lingkungan sosial dan media sosial dibandingkan pertimbangan keamanan dan kehalalan produk

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai halal lifestyle memang memengaruhi keputusan penggunaan Syass Glow pada remaja muslimah di Tadokkong, tetapi pengaruhnya belum dominan. Dalam praktiknya, keputusan penggunaan produk lebih banyak dipengaruhi oleh tren kecantikan, lingkungan sosial, media sosial, dan keinginan memperoleh hasil instan. Oleh karena itu, diperlukan edukasi yang lebih mendalam mengenai pentingnya konsep halal dan aman dalam penggunaan kosmetik bagi remaja muslimah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pemaknaan Halal Lifestyle oleh Remaja Muslimah di Tadokkong

Berdasarkan hasil penelitian, pemaknaan halal lifestyle pada remaja muslimah di Kelurahan Tadokkong masih berada pada tahap pemahaman dasar dan belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku konsumsi sehari-hari, khususnya dalam

⁸¹ Andi Nurul Fadhila, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 15 Mei 2026

⁸² Husnul, Pengguna Bodylotion Syass Glow, Wawancara Di Kelurahan Tadokkong 15 Mei 2026

penggunaan kosmetik. Sebagian besar informan memahami bahwa sebagai seorang Muslim mereka dianjurkan menggunakan produk yang halal dan aman. Namun, pemahaman tersebut masih terbatas pada makanan dan minuman, sedangkan penggunaan body lotion dan produk kecantikan lainnya belum dianggap sebagai bagian penting dari konsep halal lifestyle.

Hal tersebut terlihat dari kecenderungan remaja yang lebih mempertimbangkan hasil instan dibandingkan keamanan dan kehalalan produk. Body lotion Syass Glow dipilih karena dianggap mampu memberikan hasil cepat seperti membuat kulit lebih putih, cerah, dan glowing dalam waktu singkat. Selain itu, harga produk yang relatif murah dan mudah diperoleh membuat produk tersebut semakin diminati oleh remaja muslimah di Tadokkong. Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi remaja lebih dipengaruhi oleh kebutuhan penampilan dan standar kecantikan modern dibandingkan kesadaran religius terhadap konsep halal dan thayyib.⁸³

Dalam perspektif Islam, konsep halal lifestyle tidak hanya berkaitan dengan konsumsi makanan halal, tetapi mencakup seluruh pola hidup yang sesuai dengan nilai syariat Islam. Penggunaan produk kosmetik juga harus memperhatikan aspek halal, aman, serta tidak menimbulkan mudarat bagi tubuh. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT . dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 yang menjelaskan bahwa umat Islam diperintahkan untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik (thayyib).

⁸³ Masniati, “Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pengawas Obat Dan Makanan” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2023).

Konsep thayyib menunjukkan bahwa suatu produk tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga aman digunakan dan tidak membahayakan kesehatan.⁸⁴

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar remaja belum memahami konsep halalan thayyiban secara menyeluruh. Informan cenderung menganggap bahwa produk masih aman digunakan selama memberikan hasil yang baik dan tidak menimbulkan dampak berbahaya secara langsung. Padahal, penggunaan body lotion racikan yang belum memiliki izin BPOM dan tidak diketahui kandungannya dapat berisiko terhadap kesehatan kulit. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran religius remaja terhadap pentingnya penggunaan produk halal dan aman masih tergolong rendah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menjelaskan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.⁸⁵ Faktor sosial terlihat dari pengaruh teman sebaya dan lingkungan pergaulan dalam penggunaan Syass Glow. Remaja cenderung mengikuti produk yang sedang populer di lingkungan mereka agar tidak dianggap ketinggalan tren. Sementara itu, faktor psikologis terlihat dari keinginan memperoleh rasa percaya diri melalui perubahan penampilan fisik.⁸⁶

Selain itu, perkembangan media sosial juga menjadi faktor penting dalam membentuk pemahaman remaja mengenai kecantikan. Standar kecantikan yang

⁸⁴ Syefika Septia Rahmah, Umro Lania Hasibuan, and Ummi Khodijah, "Upaya Menjaga Kesehatan Fisik Dengan Mengonsumsi Makanan Halal Dan Thayyib Berlandaskan QS. Al-Baqarah Ayat 168," *Ibn Abbas* 7, no. 1 (2024): 56–65.

⁸⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, "Perilaku Konsumsi, Edisi Bahasa Indonesia," Jakarta: PT. Indeks, 2012, p.45.

⁸⁶ Zunan Setiawan and Nurapriyanti, *Perilaku Konsumen: Panduan Praktis Untuk Pemasaran Yang Sukses* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

ditampilkan melalui TikTok dan Instagram membuat remaja memiliki persepsi bahwa kulit putih dan glowing merupakan simbol kecantikan ideal. Akibatnya, banyak remaja terdorong menggunakan produk yang memberikan hasil instan tanpa mempertimbangkan keamanan dan kehalalan produk tersebut.

Rendahnya pemaknaan halal lifestyle pada remaja muslimah di Tadokkong menunjukkan bahwa nilai-nilai keislaman dalam konsumsi kosmetik belum sepenuhnya terinternalisasi menjadi kesadaran dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini terlihat dari kecenderungan remaja yang lebih memprioritaskan manfaat estetika produk dibandingkan mempertimbangkan aspek kehalalan, keamanan, dan legalitasnya. Padahal, dalam konsep halal lifestyle, seorang Muslim tidak hanya dituntut untuk memperhatikan hasil yang diperoleh dari suatu produk, tetapi juga memastikan bahwa produk tersebut berasal dari sumber yang halal, aman digunakan, dan tidak menimbulkan mudarat. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi mengenai konsep halal lifestyle yang lebih luas, sehingga remaja tidak hanya memahami halal sebagai aturan dalam makanan dan minuman, tetapi juga menerapkannya pada penggunaan kosmetik dan produk perawatan tubuh lainnya sebagai bagian dari tanggung jawab keagamaan dan perlindungan diri.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pemaknaan halal lifestyle pada remaja muslimah di Tadokkong masih bersifat normatif dan belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku konsumsi kosmetik. Dalam praktiknya, perilaku konsumsi remaja lebih banyak dipengaruhi oleh tren kecantikan, lingkungan sosial, dan media digital dibandingkan kesadaran terhadap nilai-nilai Islam.

2. Proses Internalisasi Nilai Halal Lifestyle dalam Perilaku Konsumsi Body Lotion Syass Glow

Berdasarkan hasil penelitian, proses internalisasi nilai halal lifestyle pada remaja muslimah pengguna body lotion Syass Glow di Tadokkong belum berlangsung secara maksimal. Internalisasi nilai halal lifestyle seharusnya membentuk kesadaran individu untuk menerapkan prinsip halal dan thayyib dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam penggunaan kosmetik. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar remaja belum menjadikan aspek halal dan keamanan produk sebagai pertimbangan utama dalam perilaku konsumsi.⁸⁷

Proses internalisasi nilai halal lifestyle dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu keluarga, pendidikan agama, lingkungan sosial, dan media sosial. Keluarga menjadi tempat pertama bagi remaja mengenal konsep halal dalam kehidupan sehari-hari.⁸⁸ Akan tetapi, pemahaman yang diberikan oleh keluarga umumnya hanya berkaitan dengan makanan dan minuman halal, sedangkan penggunaan kosmetik belum menjadi perhatian utama. Akibatnya, remaja kurang memahami bahwa produk body lotion juga harus memenuhi prinsip halal dan thayyib.

Dalam perspektif Imam al-Syatibi melalui teori Maqashid Syariah, perilaku konsumsi seorang Muslim seharusnya bertujuan menjaga kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Maqashid Syariah terdiri atas lima prinsip utama yang dikenal sebagai kulliyatul khamsah, yaitu menjaga agama (hifz ad-din), menjaga jiwa

⁸⁷ Nurhaliza, Muhammad Syarofi, and Azam Md Siddiquee, "Relevansi Halal Lifestyle Dan Halal Awareness Dalam Menggunakan Kosmetik Halal: The Relevance of Halal Lifestyle and Halal Awareness in Using Halal Cosmetics," *Economic and Education Journal (Ecducation)* 7, no. 1 (2025): 364–86.

⁸⁸ Sukriyah, "Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Bagi Remaja Di Lingkungan Keluarga Di Kota Subulussalam."

(hifz an-nafs), menjaga akal (hifz al-aql), menjaga keturunan (hifz an-nasl), dan menjaga harta (hifz al-mal).⁸⁹

Dalam penelitian ini, penggunaan body lotion Syass Glow yang belum memiliki izin BPOM dan belum diketahui secara jelas kandungannya menunjukkan bahwa prinsip menjaga jiwa (hifz an-nafs) belum diterapkan secara umum. Produk kosmetik yang tidak memiliki legalitas resmi berpotensi mengandung bahan berbahaya yang dapat merusak kesehatan kulit. Selain itu, kurangnya perhatian terhadap status halal produk menunjukkan bahwa prinsip menjaga agama (hifz ad-din) juga belum sepenuhnya terinternalisasi dalam perilaku konsumsi remaja muslimah di Tadokkong.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam proses internalisasi perilaku konsumsi remaja. Banyak informan mengaku tertarik menggunakan Syass Glow setelah melihat review, testimoni, dan promosi di TikTok maupun Instagram. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial lebih dominan membentuk pola konsumsi remaja dibandingkan pendidikan agama yang mereka peroleh. Remaja lebih mudah percaya terhadap hasil yang ditampilkan di media sosial dibandingkan mencari informasi resmi mengenai keamanan produk.

Selain media sosial, lingkungan pertemanan juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh. Remaja cenderung mengikuti produk yang digunakan oleh teman-temannya agar tetap diterima dalam lingkungan sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi remaja sangat dipengaruhi oleh budaya ikut-ikutan (peer

⁸⁹ Nurwahidah, Janwari, and Jubaedah, "Konsep Pemikiran Ekonomi Dan Maqashid Syariah Perspektif Imam Al-Syathibi."

influence). Akibatnya, pertimbangan halal dan keamanan produk menjadi kurang diperhatikan.⁹⁰

Dengan demikian, proses internalisasi nilai halal lifestyle pada remaja muslimah di Tadokkong masih belum diterapkan dan dipahami secara umum. Nilai-nilai Islam belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku konsumsi kosmetik. Dalam praktiknya, perilaku konsumsi remaja masih lebih dipengaruhi oleh tren kecantikan, media sosial, dan lingkungan pertemanan dibandingkan kesadaran terhadap prinsip halal dan kemaslahatan.

Temuan ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai halal lifestyle pada remaja muslimah masih berada pada tahap kognitif, yaitu sebatas mengetahui dan memahami pentingnya nilai halal dalam Islam, namun belum sepenuhnya mencapai tahap afektif dan perilaku. Dalam teori internalisasi nilai, suatu nilai dikatakan telah terinternalisasi apabila tidak hanya dipahami, tetapi juga diyakini dan diwujudkan dalam tindakan sehari-hari. Pada penelitian ini, sebagian besar remaja telah mengetahui pentingnya menggunakan produk yang halal dan aman, tetapi pengetahuan tersebut belum mampu mengalahkan pengaruh tren kecantikan, promosi media sosial, serta dorongan dari lingkungan pertemanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses pembentukan kesadaran halal dalam konsumsi kosmetik masih memerlukan penguatan melalui edukasi, literasi halal, serta pembiasaan perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip halalan thayyiban.

⁹⁰ Irma Nurdiana, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Halal Fashion" (Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri, 2022).

3. Pengaruh Nilai Halal Lifestyle terhadap Keputusan Penggunaan Syass Glow dalam Teori Pengambilan Keputusan

Berdasarkan hasil penelitian, nilai halal lifestyle memang memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan body lotion Syass Glow pada remaja muslimah di Tadokkong, namun pengaruh tersebut belum menjadi faktor dominan. Sebagian besar remaja lebih mempertimbangkan manfaat produk, harga yang murah, dan hasil instan dibandingkan aspek halal, keamanan, dan legalitas produk.

Hal ini terlihat dari proses pengambilan keputusan konsumen yang dilakukan oleh remaja sebelum menggunakan Syass Glow. Pada tahap pengenalan kebutuhan,⁹¹ remaja terdorong menggunakan produk karena ingin memiliki kulit yang lebih putih, cerah, dan glowing agar terlihat lebih menarik dan percaya diri. Kebutuhan tersebut muncul akibat pengaruh standar kecantikan yang berkembang di lingkungan sosial dan media digital.

Selanjutnya, pada tahap pencarian informasi, sebagian besar informan memperoleh informasi mengenai Syass Glow melalui TikTok, Instagram, dan rekomendasi teman sebaya. Informasi yang dicari lebih banyak berkaitan dengan hasil penggunaan produk dibandingkan kandungan, keamanan, dan status halal produk. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk persepsi remaja terhadap suatu produk kecantikan.

Pada tahap keputusan pembelian, remaja memutuskan menggunakan Syass Glow karena dipengaruhi oleh testimoni pengguna lain, harga yang terjangkau, serta hasil penggunaan yang dianggap cepat terlihat. Dalam kondisi ini, pertimbangan rasional mengenai keamanan produk menjadi kurang diperhatikan. Remaja lebih

⁹¹ Shabrina, "Implementasi Religiusitas Dan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Kasus Wanita Gen Z Jabodetabek)."

fokus pada manfaat jangka pendek yang diperoleh dibandingkan risiko penggunaan produk dalam jangka panjang.⁹²

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori pengambilan keputusan konsumen dari James F. Engel, Kollat, dan Blackwell⁹³ yang menjelaskan bahwa keputusan konsumen melalui beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam penelitian ini, seluruh tahapan tersebut lebih banyak dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis dibandingkan pertimbangan halal lifestyle.⁹⁴

Selain itu, hasil penelitian juga berkaitan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen.⁹⁵ Dalam teori ini dijelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian. Sikap positif remaja terhadap Syass Glow muncul karena produk dianggap mampu memberikan hasil cepat. Norma subjektif terlihat dari pengaruh teman dan media sosial yang mendorong penggunaan produk tersebut. Sementara itu, kontrol perilaku persepsian terlihat masih rendah karena remaja belum memiliki kesadaran penuh mengenai risiko penggunaan produk non-BPOM dan belum bersertifikat halal.

Temuan ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai halal lifestyle pada remaja muslimah belum sepenuhnya mampu mengarahkan keputusan konsumsi ke arah yang sesuai dengan prinsip syariat. Meskipun sebagian informan memahami pentingnya

⁹² Dwi Lestari Devi, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Testimoni Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Produk Mineral Botanica Skincare Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Mineral Botanica Squad),” 2023.

⁹³ James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Consumer Behavior*, 10th ed. (Ohio: South-Western College Publishing, 2001), hlm. 92–95.

⁹⁴ Aditya Wardhana, “Perilaku Konsumen Di Era Digital,” *Purbalingga: Eureka Media Aksara*, 2024.

⁹⁵ Icek Ajzen, “The Theory of Planned Behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.

menggunakan produk halal, pemahaman tersebut belum menjadi dasar utama dalam menentukan pilihan produk kosmetik. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik konsumsi. Dalam konteks halal lifestyle, keputusan konsumsi idealnya tidak hanya berorientasi pada manfaat fisik dan estetika, tetapi juga mempertimbangkan aspek kehalalan, keamanan, serta kemaslahatan produk yang digunakan. Oleh karena itu, semakin tinggi pemahaman dan kesadaran seseorang terhadap nilai halal lifestyle, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk memilih produk yang jelas kehalalan, keamanan, dan legalitasnya. Namun pada remaja muslimah pengguna Syass Glow di Tadokkong, pengaruh lingkungan sosial, tren kecantikan, dan media digital masih lebih kuat dibandingkan pertimbangan nilai-nilai halal dalam proses pengambilan keputusan konsumsi.

Dengan demikian, keputusan penggunaan body lotion Syass Glow pada remaja muslimah di Tadokkong lebih banyak dipengaruhi oleh tren kecantikan, media sosial, dan lingkungan sosial dibandingkan penerapan nilai halal lifestyle secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan edukasi yang lebih mendalam mengenai pentingnya konsep halal dan thayyib dalam penggunaan kosmetik agar remaja lebih bijak dalam menentukan pilihan konsumsi.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemaknaan *halal lifestyle* oleh remaja muslimah di Tadokkong masih berada pada tahap pemahaman dasar dan belum diterapkan secara menyeluruh dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Sebagian besar remaja memahami konsep halal hanya sebatas pada makanan dan minuman, sedangkan penggunaan kosmetik belum dianggap sebagai bagian penting dari penerapan *halal lifestyle*.
2. Proses internalisasi nilai *halal lifestyle* pada remaja muslimah pengguna Syass Glow di Tadokkong belum diterapkan dan dipahami secara umum. Dalam perspektif *Maqashid Syariah*, perilaku konsumsi remaja belum sepenuhnya mencerminkan prinsip menjaga agama (*hifz ad-din*), menjaga jiwa (*hifz an-nafs*), menjaga akal (*hifz al-aql*), dan menjaga harta (*hifz al-mal*) karena aspek halal, keamanan, dan kemaslahatan produk belum menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan body lotion Syass Glow.
3. Nilai *halal lifestyle* memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan body lotion Syass Glow, namun pengaruh tersebut belum menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan remaja muslimah di Tadokkong. Keputusan penggunaan Syass Glow lebih banyak dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis dibandingkan penerapan nilai-nilai *halal lifestyle* secara menyeluruh.

B. Saran

1. Remaja muslimah diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai konsep *halal lifestyle* secara lebih komprehensif, tidak hanya dalam aspek makanan dan minuman, tetapi juga dalam penggunaan kosmetik dan produk perawatan tubuh.

Remaja juga perlu lebih selektif dalam memilih produk dengan memperhatikan aspek kehalalan, keamanan, legalitas, dan kandungan produk sebelum digunakan.

2. Orang tua diharapkan dapat memberikan edukasi yang lebih luas mengenai penerapan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam penggunaan kosmetik. Pengawasan dan pendampingan terhadap pemilihan produk yang digunakan remaja perlu ditingkatkan agar terbentuk perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip *halalan thayyiban*.
3. Lembaga pendidikan, Pemerintah dan tokoh agama diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep *halal lifestyle* dan *Maqashid Syariah*, lebih aktif melakukan sosialisasi mengenai pentingnya penggunaan kosmetik yang telah memiliki izin edar dan sertifikasi halalkhususnya yang berkaitan dengan penggunaan produk kosmetik. Edukasi tersebut penting untuk meningkatkan kesadaran remaja dalam memilih produk yang tidak hanya halal, tetapi juga aman dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Achjar, Komang Ayu Henny, Muhamad Rusliyadi, A Zaenurrosyid, Nini Apriani Rumata, Iin Nirwana, and Ayuliamita Abadi. *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Agustina, Alvi Khoiriah, and Musyafa' Musyafa'. "Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Kalangan Generasi Z Muslim." *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 6, no. 3 (2025): 272–80. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i3.6891>.
- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211.
- Amrin. "Analisis Literasi Halal Dalam Membentuk Gaya Hidup Islam Di Perguruan Tinggi Islam" 6, no. 1 (2022): 1–16.
- Anjani, D. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Penerima Resiko Terhadap Pemakaian Produk Kosmetik Non-BPOM (Study Kasus Lotion HB Dosting)." *Accident Analysis and Prevention* 183, no. 2 (2023): 153–64.
- Anjani, Diva. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menerima Risiko Terhadap Pemakaian Produk Kosmetik Non-BPOM (Studi Kasus Lotion HB Dosting)." Universitas Malikussaleh, 2024.
- Arsudin, Muhamad, Suadi Saad, Waesul Kurni, and Masykur Masykur. "Konsep Halalan Thayyiban Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya Dengan Kesehatan Jiwa." *Adh Dhiya| Journal of The Quran and Tafseer Studies* 1, no. 2 (2024): 73–89.
- Auliawati, N. "Pemeriksaan Merkuri Pada Body Lotion Yang Diperjualbelikan Di Pasar Socah," 2021.
- Chaironi, Dalillah Ghina Imtinan, Syaharani Puspita Sari, Ivy Kendra Tasbita, Tania Thifaaal Setianabila, Dea Salsabila Pratama, Anindhita Dyahayu Subroto, Tri Rezky Amaliah, and Vita Olivia Siregar. "Cosmetic Poisoning with Mercury, Hydroquinone, and Retinoic Acid in Pregnant and Breastfeeding Women: Keracunan Kosmetik Dengan Kandungan Merkuri, Hidrokuinon, Dan Asam Retinoat Pada Ibu Hamil Dan Menyusui." *Jurnal Riseta Naturafarm* 2, no. 1 (2025): 43–55.

- Creswell John, W. "Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran." *Edisi Keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 2016.
- Daryanto, Daryanto, Rina Tri Handayani, Imam Tobroni, and Sahal Abidin. "Makanan Halal Dan Thayyib Bagi Kesehatan Siswa Perspektif Al-Qur'an Di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu Lailatul Qodar" 5, no. 1 (2025): 1154–69.
- Devi, Dwi Lestari. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Testimoni Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Produk Mineral Botanica Skincare Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Mineral Botanica Squad)," 2023.
- Ekwindi Linggar Surya Kusuma, S.Si. "Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Kabupaten Pinrang." *Quality*, no. March (2024): 1–6.
- Eny Wijayanti. "Jurnal Ilmiah Global Farmasi." *Jigf* 2, no. 1 (2024): 2987–4742.
- Erwin, M.M., Musmulyadi, M.M., Inawati, M.M., Suciati. "Keputusan Pembelian Interaktif -B2C Dan B2B-," n.d.
- Fani Nopiyanti. "Analisis Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi" 3 (2023).
- Fatchurrachman, Fatchurrachman. "Analisis Strategi Pemasaran Wardah Dalam Membangun Citra Halal Di Pasar Kosmetik Indonesia (Pendekatan Kualitatif Pada Konsumen Beragama Muslim Di Semarang)." Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024.
- Fauzia, Diah Retno Sufi, Edriana Pangestuti, and Aniesa Samira Bafadhal. "Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 66, no. 1 (2019): 37–46.
- Faza, Aghnia Nadia, Meiza Aqila, Fadia Khoirun Nissa, Deswita Putri Widodo, and Geren Aurelia Orrero. "Peningkatkan Kesadaran Halal Lifestyle Di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Putri Al-Barqy." *Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural* 3, no. 2 (2025): 92–99.
- Habibullah, Diaz Fayat. "Labelisasi Halal Dalam Produk Makanan Ditinjau Dari Maqasid Hukum Ekonomi Syariah." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024.
- Hidayati, Nurul, Marvel Maloti, Alamat Kenting, Jl Ir, Sutami No, Kec Jebres, and Kota Surakarta. "Bimbingan Karir Dalam Perencanaan Karir Remaja Akhir" 3

(2025).

- Hidayatullah, Muhammad Anas, and Muhammad Ersya Faraby. "Analisis Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Ditinjau Dari Maqashid Syariah Al-Syaitibi." *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law* 2, no. 2 (2023): 121–37.
- Indradi, Wisnu, Sekolah Tinggi, and Agama Islam. "Jurisprudence in Halal and Haram According to Shaykh Yusuf Al-Qardhawi [Kaidah Fikih Dalam Halal Dan Haram Menurut Syaikh Yusuf Al-Qardhawi]" 05, no. 2 (2023): 141–50.
- Inovasi, Badan Perencanaan Pembangunan Riset Dan. *Laporan Akhir Kajian Kebahagiaan Anak Muda/Remaja*, 2024.
- Izzah, Nurul, Muhammad Ikhsan Harahap, and Muhammad Ridwan. "Determinan Generasi Z Menerapkan Gaya Hidup Halal Di Kota Padangsidempuan." *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)* 7, no. 1 (2022): 23–42.
- Kholid, Hendra. "Analisis Penggunaan Label Halal Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membeli Kosmetik (Studi Kasus Pengguna Media Sosial)," 2020.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Perilaku Konsumsi, Edisi Bahasa Indonesia," Jakarta: PT. Indeks, 2012, p.45., 2002.
- Larasati, Dian Ayu, and Salim Siregar. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Pada Generasi Z." *An Nuqud Journal of Islamic Economics* 4, no. 1 (2025): 112–18.
- Lestari, Citra. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ms Glow." UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024.
- Lubis, Rini Hayati, and Nurul Izzah. *Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z Di Sumatera Utara*. Bypass, 2022.
- Luddiana, Zulia. "Prilaku Konsumsi Remaja Ponorogo Di Era Digital Sebagai Dampak Dari Penggunaan Media Sosial." *Iain Ponorogo*, 2024.
- Marzuqi, Achmad, and Reny Yuniasanti. "Tingkatan Identitas Karir Pada Remaja Akhir." *Peran Psikologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia*, 2024, 684–95.
- Masniati, Masniati. "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel Badan Pengawas Obat Dan Makanan." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2023.

- Maulizah, Rizlah, and Sugianto Sugianto. "Pentingnya Produk Halal Di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang." *El-Suffah: Jurnal Studi Islam* 1, no. 2 (2024): 129–47.
- Munawaroh, Rizki. "Pengaruh Lifestyle, Teman Sebaya Dab Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Mahasiswa Dalam Pembelian Produk Fashion Muslim." *UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2023.
- Nandar, Ade, and Fitroh Hayati. "Implikasi Pendidikan Dari Al-Qur'an Surat An-Nahl Ayat 43-44 Tentang Tugas Rasul Sebagai 'Ahlu Dzikri' Terhadap Peran Guru Sebagai Sumber Pengetahuan." In *Bandung Conference Series: Islamic Education*, 2:160–67, 2022.
- Nisa, Fitria Khairum, and Viratama. "Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z Dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar)" 4, no. 2 (2020): 146–59.
- Nurdiana, Irma. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Halal Fashion." *Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri*, 2022.
- Nurhaliza, Nurhaliza, Muhammad Syarofi, and Azam Md Siddiquee. "Relevansi Halal Lifestyle Dan Halal Awareness Dalam Menggunakan Kosmetik Halal: The Relevance of Halal Lifestyle and Halal Awareness in Using Halal Cosmetics." *Economic and Education Journal (Ecoducation)* 7, no. 1 (2025): 364–86.
- Nurwahidah, Dede, Yadi Janwari, and Dedah Jubaedah. "Konsep Pemikiran Ekonomi Dan Maqashid Syariah Perspektif Imam Al-Syathibi." *MAMEN: Jurnal Manajemen* 3, no. 3 (2024): 175–89.
- Permatasari, Alisyah, and Sulistyowati Sulistyowati. "Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, Produk Domestik Bruto, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Return Saham Perusahaan Industri Kimia, Farmasi, Dan Obat Tradisional Periode 2016–2021" 2, no. 2 (2024): 703–18.
- Pertiwi, Tanza Dona, and Sri Herianingrum. "Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 807–20.
- Poltak, Hendrik, and Robert Rianto Widjaja. "Pendekatan Metode Studi Kasus Dalam Riset Kualitatif." *Local Engineering* 2, no. 1 (2024): 31–34.
- Qomaruddin, Qomaruddin, and Halimah Sa'diyah. "Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles Dan

- Huberman.” *Journal of Management, Accounting, and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.
- Rahayu, Tri, Mutia Annisa, Nakita Nakita, Agnes Monica Sianipar, Albi Sutandi, and Ramadhan Saleh Lubis. “Analisis Implementasi Halal Lifestyle Pada Mahasiswa Ekonomi UNIMED: Dalam Perspektif Islam.” *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia* 4, no. 1 (2025): 682–93. <https://doi.org/10.57235/qistina.v4i1.6234>.
- Rahmah, Syefika Septia, Umro Lania Hasibuan, and Ummi Khodijah. “Upaya Menjaga Kesehatan Fisik Dengan Mengkonsumsi Makanan Halal Dan Thayyib Berlandaskan QS. Al-Baqarah Ayat 168.” *Ibn Abbas* 7, no. 1 (2024): 56–65.
- Rohim, Ade Nur, and Prima Dwi Priyatno. “Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal.” *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 4, no. 2 (2021): 26–35.
- Rohmah, Roihanah, Nia Novranda Pertiwi, Minda Sari Lubis, and Ainil Fithri Pulungan. “Penentuan Kadar Hidrokuinon Dan Asam Retinoat Pada Lotion Yang Dijual Online Secara Spektrofotometri Ultraviolet Dual Wavelength.” *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan* 8, no. 1 (2025): 252–64. <https://doi.org/10.31850/makes.v8i1.3506>.
- Saloom, Gazi. “Tehnik Dan Analisis Data Penelitian Kualitatif.” *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*, n.d., 153.
- Sari, Nurfadilah Sindika, Syahriyah Semaun, Andi Bahri S, Muliati Muliati, and Muzdalifah Muhammadun. “Dilema Aktualisasi Diri: Perilaku Mahasiswa IAIN Parepare Dalam Konsumsi Skincare Tanpa Label Halal.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2023): 2114. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8959>.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Vol. 3. Prenada Media, 2019.
- Setiawan, Zunan, and Nurapriyanti. *Perilaku Konsumen: Panduan Praktis Untuk Pemasaran Yang Sukses*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Shabrina, Sarah. “Implementasi Religiusitas Dan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal (Studi Kasus Wanita Gen Z Jabodetabek).” Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, n.d.
- Shidiq, Ghofar, Dosen Fakultas, Agama Islam, Universitas Islam, Sultan Agung, and I Pendahuluan. “Teori Maqashid AL-SYARI ’ AH Dalam Hukum Islam,” n.d., 117–30.

- Sukriyah, Elvi. "Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Bagi Remaja Di Lingkungan Keluarga Di Kota Subulussalam." *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia* 10, no. 1 (2024): 48–63.
- Sulung, Undari, and Mohamad Muspawi. "Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier." *Edu Research* 5, no. 3 (2024): 110–16.
- Susanto, Dedi, and M Syahrani Jailani. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah." *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1, no. 1 (2023): 53–61.
- Tw, Afrizal. "Pendekatan Maqasid Syari'ah Terhadap Produk Kesehatan: Antara Kebutuhan Primer Dan Etika Konsumsi." *Journal of Scientech Research and Development* 7, no. 1 (2025): 40–50.
- Wardhana, Aditya. "Perilaku Konsumen Di Era Digital." *Purbalingga: Eureka Media Aksara*, 2024.
- Wiesenthal, David L., Dwight A. Hennessy, Brad Totten, Jose Vazquez, L E Y D E Adquisiciones, Texto Vigente, Peter Frampton, et al. "Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Kosmetik Tanpa Label Bpom Dikabupaten Pinrang Presfektif Hukum Pidana Islam." *Accident Analysis and Prevention* 183, no. 2 (2023): 153–64.
- Zen, Hasrul. "Kajian Istimbāth Maqāshid Al-Syarī'ah Dalam Bidang Ekonomi." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 12 (2024).
- Zubaidah, Iffah, and Muhammad Jamil Latief. "Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-Commerce Shopee Di Lingkungan RT08/RW10 Srimur Bekasi." *Jurnal Emt Kita* 6, no. 2 (2022).

LAMPIRAN



	KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN	

Nama Mahasiswa : Deaur Resky Amelia

Nim : 2220203860202038

Fakultas : Ekonomi dan bisnis islam

Prodi : Ekonomi syariah

Judul : Internalisasi Halal Lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna Syass Glow Di Kelurahan Tadokkong

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara untuk Remaja Muslimah di Kelurahan Tadokkong

1. Pemaknaan Halal Lifestyle

- Apa yang anda pahami tentang halal lifestyle
- Apakah halal hanya makanan atau juga kosmetik?
- Apa arti halal dan thayyib menurut anda?
- Seberapa penting produk halal bagi anda?
- Apakah anda memperhatikan label halal/BPOM?

2. Proses Internalisasi Nilai Halal lifestyle

- a. Sejak kapan anda mengenal halal lifestyle?
- b. Apakah anda sadar risiko produk non-BPOM?
- d. Apakah anda tetap memakai produk tanpa label halal?
- e. Apakah teman mempengaruhi keputusan anda?
- f. Apakah tren mempengaruhi penggunaan produk?

C. Pengaruh Halal Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian

- a. Mengapa Anda menggunakan syass glow?
- b. Dari mana anda tahu produk ini?
- c. Apakah anda mempertimbangkan produk halal lain?
- d. Apa alasan utama memilih produk ini?
- e. Apakah halal jadi pertimbangan utama?

Parepare, 10 April 2026

Mengetahui,-
Pembimbing



Ikhsan Gazali, M.SI.,
NIP: 2111078801

Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-1147/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
- b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk disertai tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan : a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2025, tanggal 02 Desember 2024 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
- b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024, tanggal 21 Pebruari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan : a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
- b. Menunjuk saudara: **Ikhsan Gasali, M.Si.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
- Nama Mahasiswa : DEAUR RESKY AMELIA
- NIM : 2220203860202038
- Program Studi : Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
- Judul Penelitian : IMPLEMENTASI GAYA HIDUP HALAL LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMSI BODYLOTION RACIKAN PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN PINRANG
- c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
- d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
- e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 14 April 2025
Dekan.



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Surat Izin Meneliti Dari IAIN ParePare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1155/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2026 27 April 2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : DEAUR RESKY AMELIA
Tempat/Tgl. Lahir : KAB. PINRANG, 09 Juli 2004
NIM : 2220203860202038
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : DESA SĀLUSAPE, KELURAHAN TADOKKONG, KECEMATAN
LEMBANG, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

INTERNALISASI NILAI HALAL LIFESTYLE DALAM PERILAKU KONSUMSI BODYLOTION PADA REMAJA MUSLIMAH (STUDI PADA PENGGUNA SYASS GLOW DI TADOKKONG KABUPATEN PINRANG)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 28 April 2026 sampai dengan tanggal 28 Mei 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang

 PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212	
KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG Nomor : 503/0215/PENELITIAN/DPMPPTSP/04/2026 Tentang SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
Menimbang	bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 30-04-2026 atas nama DEATUR RESKY AMELIA, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.
Mengingat	1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959; 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002; 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007; 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009; 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014; 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014; 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian; 8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014; 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan 10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
Memperhatikan	1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0232/RT.Teknis/DPMPPTSP/04/2026, Tanggal : 30-04-2026 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0218/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/04/2026, Tanggal : 30-04-2026
MEMUTUSKAN	
Menetapkan	Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :
KESATU	1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 3. Nama Peneliti : DEATUR RESKY AMELIA 4. Judul Penelitian : INTERNALISASI NILAI HALAL LIFESTYLE DALAM PERILAKU KONSUMSI BODY LOTION PADA REMAJA MUSLIMAH (STUDI PADA PENGGUNA SYASS GLOW DI TADOKKONG KABUPATEN PINRANG) 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan 6. Sasaran/target Penelitian : REMAJA MUSLIMAH DI KELURAHAN TADOKKONG, USIA 20-24 PENGGUNA AKTIF BODY LOTION SYASS GLOW 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Lembang
KEDUA	Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 30-10-2026.
KETIGA	Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
KEEMPAT	Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 30 April 2026	
Ditandatangani Secara Elektronik Oleh : ANDI MIRANI, AP., M.Si NIP. 197406031993112001 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang	
	
Biaya : Rp 0,-	
  Balai Sertifikasi Elektronik   	

Surat Keterangan Selesai Meneliti



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN LEMBANG
KELURAHAN TADOKKONG**

Jalan Poros pinrang Polman Tuppu Kode Pos 91254

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 170 / KT-LB/ VI / 2026

Yang bertandatangan dibawah ini, Lurah Tadokkong Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang, dengan ini memberikan Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian kepada:

Nama	: DEATUR RESKY AMELIA
NIK	: 7315074907040002
Tempat/ Tgl Lahir	: LASAPE, 09 - 07 -2004
Alamat	: Salu sape, RT 005 RW 005 Kel.Tadokkong Kec.Lembang Kab.Pinrang Prov.Sulawesi Selatan
No. Telepon	: 0882020173025
NIM	: 2220203860202038
Judul Penelitian	: INTERNALISASI NILAI HALAL LIFESTYLE DALAM PERILAKU KONSUMSI BODYLOTION PADA REMAJA MUSLIMAH (STUDI PADA PENGGUNA SYASS GLOW DI TADOKKONG KABUPATEN PINRANG
Tempat/ Lokasi Penelitian	: Kelurahan Tadokkong Kecamatan Lembang
Lama Penelitian	: 25 April s/d 25 Mei 2026

Bahwa berdasarkan data yang ada, dengan ini menerangkan bahwa yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian diwilayah Kelurahan Tadokkong Kecamatan Lembang

Demikian Surat Keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, dan apabila dikemudian hari timbul akibat hukum maka merupakan tanggung jawab pengguna surat keterangan ini tanpa melibatkan instansi pemerintah.

Tuppu, 05 Juni 2026



Surat Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mely
 Tempat/Tgl Lahir : Makassar, 07, April 2003
 Pekerjaan : Belum
 Agama : ISLAM
 Alamat : Tupper

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
 Nim : 2220203860202038
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
 Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
 Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)
 Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
 dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 17 April 2026

A.



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitriani
 Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 09 Februari 2005
 Pekerjaan : belum bekerja
 Agama : Islam
 Alamat : Tuppu

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
 Nim : 2220203860202038
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
 Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
 Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya-sungguh nya untuk
 dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, ...13 Mei... 2026



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Amd
 Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 01 January 2005
 Pekerjaan : mahasiswa
 Agama : Islam
 Alamat : Bukit Saffa

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
 Nim : 2220203860202038
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
 Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
 Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
 dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 13 mei 2026


 Nur Amd

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ADHELIA
Tempat/Tgl Lahir : Tuppu, 30.02.2005
Pekerjaan : Mahasiswa
Agama : Islam
Alamat : Salu-Sape

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 17 Mei 2026



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deswita dranti sudirman
 Tempat/Tgl Lahir : Pinrang / 15 - 12 - 2004
 Pekerjaan : belum bekerja
 Agama : Islam
 Alamat : Turpu

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
 Nim : 2220203860202038
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
 Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
 Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
 dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 13 Mei 2026

Resky

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ogirkausiah
Tempat/Tgl Lahir : Bonne, 20 April 2005
Pekerjaan : Mahasiswa
Agama : Islam
Alamat : Pembangun

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 13 Mei 2026



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riend Mardiah
Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 18 Jun 2003
Pekerjaan : Belum bekerja
Agama : Islam
Alamat : Salusape

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)
Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 15 Mei 2026



IAIN
PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : *Andi Nurul Fadhila*
 Tempat/Tgl Lahir : *Luwuk, 12 agustus 2009*
 Pekerjaan : *belum bekerja*
 Agama : *Islam*
 Alamat : *Sakalobe*

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : *Deaur Resky Amelia*
 Nim : *2220203860202038*
 Jurusan : *Ekonomo Syariah*

Judul penelitian : *Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
 Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
 Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)*

Alamat : *Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.*

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
 dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, *15 Mei* 2026

[Signature]

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Zakinah
Tempat/Tgl Lahir : Pinrang 11 Januari 2006
Pekerjaan : belum bekerja
Agama : Islam
Alamat : Sawaspe

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : EkonoMo Syariah
Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)
Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 9 Mei 2026


Nur Zakinah

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khusnui Azzhara
Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 20 Agustus 2005
Pekerjaan : Belum bekerja
Agama : Islam
Alamat : Salukaobe

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 15 Mei 2026



Khusnui Azzhara

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : NITA FITRIANI
Tempat/Tgl Lahir : Tuppu 5 Januari 2002
Pekerjaan : karyawan toko SEMBAKO
Agama : Islam
Alamat : SALUSAPE

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

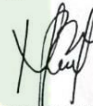
Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : EkonoMo Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang...08 Mei... 2026



.....
NITA FITRIANI

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Timriani
Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 20-07-2003
Pekerjaan : Belum bekerja
Agama : Islam
Alamat : Tupper

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)
Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 08 Mei 2026



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SITI . FAEZHILA
Tempat/Tgl Lahir : PINRANG / 10 . DESEMBER . 2006
Pekerjaan : PENJAGA . KOTER
Agama : ISLAM
Alamat : SALU - SAPE

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)
Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 30 . APRIL 2026



.....
SITI . FAEZHILA

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Pratiwi
 Tempat/Tgl Lahir : Pinrang / 24-04-2004
 Pekerjaan : Part Time
 Agama : Islam
 Alamat : Salusape

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
 Nim : 2220203860202038
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
 Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
 Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk
 dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, ... 17 Mei 2026




SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sudarmi Sudirman
Tempat/Tgl Lahir : Salukalabe 24 - 09 - 2004
Pekerjaan : Mahasiswa
Agama : Islam
Alamat : Salukalabe

Menyatakan telah di wawancarai oleh :

Nama : Deaur Resky Amelia
Nim : 2220203860202038
Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul penelitian : Internalisasi Halal lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi
Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna
Syass glow di Tadokkong, Kabupaten Pinrang)

Alamat : Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sungguh-sungguh nya untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 15 Mei 2026



Sudarmi

PAREPARE

Data

PENDUDUK

Tabel 3.2
Table

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Lembang, 2024
Population by Age Group and Sex in Lembang District, 2024

Kelompok Umur Age Group	Jenis Kelamin Sex		Jumlah Total
	Laki-Laki Male	Perempuan Female	
(1)	(2)	(3)	(4)
0 - 4	1.440	1.347	2.787
5 - 9	1.577	1.470	3.047
10 - 14	1.666	1.471	3.137
15 - 19	1.374	1.438	2.812
20 - 24	1.606	1.533	3.139
25 - 29	1.390	1.264	2.654
30 - 34	1.246	1.190	2.436
35 - 39	1.196	1.162	2.358
40 - 44	1.310	1.319	2.629
45 - 49	1.070	1.114	2.184
50 - 54	1.148	1.122	2.270
55 - 59	924	980	1.904
60 - 64	618	815	1.433
65 - 69	450	566	1.016
70 - 74	290	375	665
75+	462	790	1.252
Jumlah/Total	17.767	17.956	35.723

Sumber/Source : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pinrang/ Population and Civil Registration Office of Pinrang Regency

Gambar Jumlah remaja usia 20-24 di Kecamatan Lembang



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL

Jl. Jend. Sukowati No. 40, Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan
 Telepon pengaduan 0821 8747 6343. Laman <https://disdukcapil.pinrangkab.go.id>

Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin

Data Semester 2 Tahun 2025

	KODE WILAYAH	WILAYAH	JENIS KELAMIN				JUMLAH	
			LAKI-LAKI		PEREMPUAN			
			n(jiwa)	%	n(jiwa)	%	n(jiwa)	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
63	73.15.07.1001	TADOKKONG	3,330	49.10	3,452	50.89	6,782	96.46
64	73.15.07.1002	BETTENG	1,730	50.61	1,688	49.38	3,418	102.48
65	73.15.07.2003	BINANGA KARAENG	1,731	49.37	1,775	50.62	3,506	97.52
66	73.15.07.2004	RAJANG	2,841	49.19	2,934	50.80	5,775	96.83
67	73.15.07.2005	LETTA	779	48.84	816	51.15	1,595	95.46
68	73.15.07.2006	LULU SADDANG	1,631	50.18	1,619	49.81	3,250	100.74
69	73.15.07.2007	SUPPIRANG	1,224	53.12	1,080	46.87	2,304	113.33
70	73.15.07.2008	BASSEANG	881	50.92	849	49.07	1,730	103.76
71	73.15.07.2009	KARIANGGO	475	45.67	565	54.32	1,040	84.07
72	73.15.07.2010	BENTENG PAREMBA	1,698	50.00	1,698	50.00	3,396	100.00
73	73.15.07.2011	PAKENG	1,741	50.10	1,734	49.89	3,475	100.40
74	73.15.07.2012	LEMBANG MESAKADA	2,410	52.67	2,165	47.32	4,575	111.31
75	73.15.07.2013	SALI SALI	1,012	51.68	948	48.31	1,958	106.97
76	73.15.07.2014	SABBANG PARU	1,748	49.98	1,749	50.01	3,497	99.94
77	73.15.07.2015	BAKARU	703	50.72	683	49.27	1,386	102.92
78	73.15.07.2016	PANGAPARANG	1,068	49.69	1,081	50.30	2,149	98.79
JUMLAH TOTAL			25,002	50.11	24,834	49.88	49,836	100.69

Gambar Data Jumlah penduduk dikelurahan Tadokkong

Dokumentasi



Dokumentasi



BIODATA PENULIS



Deaur Resky Amelia lahir pada tanggal 09 juli 2004 di Lasape. Alamat Desa Salusape, Kel. Tadokkong, Kec. Lembang, Kab. Pinrang. Anak Pertama dari empat bersaudara dari Bapak dan Ibu hebat yang bernama Minmahyuddin dan Nurneini. Adapun riwayat hidup penulis yaitu pada tahun 2009 mulai memasuki dunia pendidikan dengan mengikuti pembelajaran di TK DDI Tuppu. Selanjutnya tahun 2010 melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN 141 Lembang selama 6 tahun. Dan melanjutkan pendidikan di MTS DDI Tuppu dan SMAN 8 Pinrang selama 6 tahun dan lulus pada

tahun 2022.

Penulis kemudian melanjutkan pendidikan S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan program studi Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam). Kemudian Melakukan Pengabdian KKN Reguler 2025 di Desa Aka-akae, Kab. Sidrap. Penulis berhasil menyelesaikan masa studi di IAIN Parepare dengan lama studi 3 Tahun 10 bulan dengan judul skripsi “Internalisasi Halal Lifestyle Dalam Perilaku Konsumsi Bodylotion Pada Remaja Muslimah (Studi Pada Pengguna Syass Glow Di Tadokkong, Kabupaten Pinrang”.

Akhir kata Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan semoga skripsi ini membantu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan dan bermanfaat bagi orang banyak.