

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kosmetik merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan kecantikan yang berupa obat atau bahan untuk mempercantik wajah, kulit, rambut dan sebagainya seperti bedak dan pemerah bibir yang di buat khususnya untuk wanita, dan dalam kehidupan masyarakat modern khususnya kaum wanita mempunyai keinginan untuk tampil cantik. saat ini sudah menjadi kebutuhan penting bagi manusia, kosmetik tidak hanya di gunakan untuk fungsi estetika akan tetapi berperan dalam penyembuhan dan perawatan kulit. Meski bukan merupakan kebutuhan primer, namun kosmetik merupakan salah satu produk yang di gunakan rutin dan terus menerus oleh masyarakat, karena itu keamanan kosmetik dari bahan-bahan berbahaya perlu di perhatikan, kosmetik merupakan produk yang di formulasi dari berbagai bahan-bahan aktif dan bahan-bahan kimia yang akan bereaksi ketika di aplikasikan pada jaringan kulit.

Tujuan utama penggunaan kosmetik pada remaja modern adalah untuk kebersihan pribadi,meningkatkan daya tarik melalui make up, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dari sinar matahari dan mencegah penuan dini dan secara umum membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup.

Dalam hadits abu sa'id al – khudry r.a meriwayatkan, bahwa sanya rasulullah saw bersabda, tidak boleh memakai sesuatu yang membahayakan diri sendiri ataupun orang lain.Dari hadits tersebut bahwa sanya nabi melarang untuk

memakai produk yang dapat membahayakan diri sendiri. Seiring dengan perkembangan zaman keinginan manusia untuk tampil lebih cantik dan sempurna khususnya bagi kaum wanita, bahkan hampir semua wanita senang memakai kosmetik dan itu merupakan hal yang wajar. Selain itu kehidupan modern masyarakat saat ini tidak hanya menuntut kemajuan yang berkembang pesat tetapi juga nilai – nilai kecantikan dan keindahan terhadap penampilan. Secara alamiah manusia selalu berusaha mengikuti gaya hidup terkini, akan tetapi mahasiswa sekarang salah menggunakan kosmetik tanpa memikirkan efek sampingnya. (Aprilin & Control, 2015).

Seseorang yang menggunakan produk kosmetik tentulah karena adanya daya tarik kosmetik yang di belinya tersebut, misalnya ketertarikan fungsi dari kosmetik tersebut, kepraktisan dari pemakaian, dan dampak yang di timbulkan oleh pemakaian kosmetik itu. Konsumen haruslah selektif dalam memilih produk kosmetik sehingga dampak negatif dari pemakaian kosmetik seperti kulit wajah menjadi kusam, pucat, kering, pecah-pecah dan dampak lain dapat di hindari. Yang mana sekarang jaman melenial banyak kosmetik yang dapat memutihkan kulit wanita dengan kosmetik yang kandungan bahan berbahaya dan dapat menimbulkan masalah dalam kesehatan dan bahkan dengan harga yang relative mahal, banyak mahasiswa yang tergiur dengan kosmetik yang dapat memutihkan dengan secara cepat tanpa memikirkan kemaslahatan bagi diri sendiri dan bahkan kosmetik tersebut tidak diizinkan diedar di kalangan masyarakat. masalah jadi peneliti melihat permasalahan pada objek penelitian yang mana mahasiswa ekonomi syariah angkatan 21 terdapat ada beberapa mahasiswa yang memakai produk kosmetik tanpa izin edar.

Ekonomi syaria'ah merupakan salah satu program studi yang berada pada universitas malikussaleh, pada tahun 2018 prodi ekonomi islam berubah nama menjadi prodi ekonomi syariah, yang mana prodi ekonomi syariah memiliki empat angkatan yang aktif adapun permasalahan yang ingin di teliti pada angkatan 21 yang mana berjumlah 123 orang laki-laki

berjumlah 21 orang dan perempuan 102 orang mahasiswa aktif terdapat beberapa mahasiswa yang memakai kosmetik tanpa izin edar, kosmetik tanpa izin edar adalah kosmetik yang mengandung bahan berbahaya yang bagi penggunanya dapat merusak kesehatan, seiring dengan perkembangan zaman keinginan manusia untuk tampil lebih cantik dan sempurna khususnya bagi wanita, bahkan hampir semua wanita memakai yang namanya kosmetik dan itu merupakan hal yang wajar. selain itu kehidupan modern masyarakat saat ini tidak hanya menuntut kemajuan yang berkembang pesat tetapi juga nilai-nilai kecantikan dan keindahan terhadap penampilan. Secara umum wanita selalu berusaha mengikuti gaya hidup terkini, akan tetapi tentu kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya di dukung oleh kemampuan secara ekonomi.

Hal inilah yang menjadi faktor utama yang memicu perekonomian dengan maksud mengikuti tren berbagai cara dilakukan salah satunya adalah dengan penggunaan barang atau kosmetik tanpa izin edar. Oleh karena itu peredaran kosmetik yang tanpa izin edar yang menjadi salah satu penyebab mahasiswa terbiasa dalam menggunakan barang haram. Untuk mencapai tujuan tersebut tak sedikit wanita rela menghabiskan uang untuk membeli perlengkapan kosmetik dengan tujuan memoles wajahnya agar terlihat lebih cantik dan karna keinginan seseorang untuk memiliki kosmetik yang membuat wajah glowing dengan cepat dan harga murah namun memberikan efek putih yang waktu sangat singkat. sekarang banyak sekali kosmetik tanpa izin edar yang di pakai oleh wanita melinial terkhususnya mahasiswa, kosmetik tanpa izin edar yang mengandung bahan berbahaya dan tanpa ada izin edarnya dan ada sebagian kosmetik mempunyai bpom tetapi kosmetik tersebut memakai bahan yang berbahaya dan bahkan dengan harga yang murah dan bahkan ada juga yang harganya sangat mahal bahkan kosmetik tersebut bisa menjadi kemaslahatan bagi sendiri dan banyak mahasiswa yang tergiur dengan kosmetik yang berbahaya tersebut karena dapat memberikan efek putih pada kulit dengan waktu yang sangat singkat dan bahkan ada yang

menyadari bahwa kosmetik tersebut kosmetik yang berbahaya yang dapat merusak kesehatan tetapi tetap memakai produk tersebut.

Rincian Tidak Memenuhi Ketentuan (TMK) hasil pemeriksaan sarana produksi kosmetika 2018-2020 data di lihat dari tabel.

Tabel 1.1
Kosmetik Tanpa Ijin Edar

Tahun	Jumlah sarana produksi yang TMK	Memproduksi kosmetik mengandung bahan berbahaya	Memproduksi Kosmetik tanpa izin edar (TIE)	Belum menerapkan Aspek CPKB secara konsisten
2018	75	1	17	57
2019	113	0	33	80
2020	60	2	21	37

Berdasarkan hasil pengawasan, di ketahui bahwa masih banyak sarana produksi kosmetika yang tidak memenuhi persyaratan jumlah temuan sarana yang TMK pada tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan jika di bandingkan dengan tahun 2019 untuk persentase hasil pemeriksaan produksi kosmetik yang TMK pada tahun 2020 juga mengalami penurunan di bandingkan tahun sebelumnya. Pelanggaran yang paling banyak di lakukan adalah pelanggaran terhadap aspek cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB). Temuan ke tidak sesuaian terhadap aspek CPKB ini tiap tahunnya cenderung tinggi dan berulang. Hal ini menunjukkan pelaku usaha masih kesulitan dalam mematuhi aspek CPKB yang dapat di sebabkan oleh adanya ketidakmauan, ketidak mampuan, dan ketidak pahaman pelaku usaha kosmetika.(Direktorat Pengawasan, 2021)

Dengan banyaknya beredar kosmetik tanpa izin edar, maka banyaknya juga yang memakai kosmetik tersebut.

data yang di ambil dari pengawasan bpom yang mana pada kosmetik tersebut kosmetik yang pada dasarnya yang sering di gunakan oleh mahasiswa.

Tabel 1.2

Data kosmetik tanpa izin edar

Nama produk	Bahan berbahaya	Keterangan
1. Tabita night cream	Merkuri	Tanpa bpom
2. Hb dosting	Steroid	Tanpa bpom
3. Hn	Merkuri	Tanpa bpom
4. Temulawak two way cak	Merkuri	Tanpa bpom
5. Collagen	Merkuri	Tanpa bpom
6. Serum aha	Merkuri	Tanpa bpom
7. New citra gold day cream	Merkuri	Tanpa bpom
8. New citra gold nigh cream	Merkuri	Tanpa bpom
9. Bibit collagen	Hidrokinon	Tanpa bpom
10. Tabita daily cream	Merkuri	Tanpa bpom
11. Madame gie	Positif mengandung merah k3	Bpom

Menurut badan bpom ada sebagian dari produk kosmetik yang mempunyai label bpom tetapi produk tersebut terdapat yang mengandung bahan yang berbahaya yang dapat menjadi kemudharatan bagi yang menggunakannya.(Edar, 2012).

Keputusan pembelian yaitu suatu perilaku yang mendorong bagaimana untuk melakukan pilihan terhadap pembelian suatu produk sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen terhadap produk. Menurut (Tjiptono 2016) perilaku konsumen merupakan perilaku atau tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha dapat menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut, konsumen harus melalui seluruh urutan tahap ketika membeli produk.dan melihat di mana manfaatnya sebuah produk khususnya dalam model ini seluruh pertimbangan yang muncul ketika konsumen menghadapi pembelian baru dengan keterlibatan yang tinggi. Sebelum memutuskan membeli suatu produk seorang konsumen pada dasarnya melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu.(F. M. Sari et al., 2019)

Proses pengambilan keputusan menurut (Agusta 2020) merupakan tahapan konsumen dalam memutuskan suatu produk tentu yang menurutnya sudah paling baik dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Sedangkan menurut (Kotler dan Armstrong 2015) keputusan

pembelian konsumen adalah membeli merek paling di sukai,tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian(Mathematics, 2016)

Berdasarkan hasil wawancara, keputusan pembelian menurut mahasiswa adalah suatu rencana atau perilaku konsumen yang menentukan awal untuk membeli suatu produk atau jasa untuk di konsumsi.

Dalam penelitian Shovi Sadzalia (2015) Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di kota malang jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif dalam ranah kualitatif. Adapun lokasi penelitian ini di lakukan pada konsumen yang melakukan pembelian produk kosmetik di kota malang khususnya distributor, toko raya jalan pasar besar pecinan malang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dan setelah itu pengambilan sampel secara accidental sampling, besaran sampel sebesar 80 orang.Dan teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner, wawancara, dokumentasi.dari hasil penelitian terhadap variabel lainnya yaitu variabel religiulitas juga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa dari dua variabel yang di uji semua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.(Label et al., 2015)

Dalam uraian di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan di atas maka peneliti tertarik meneliti dan menjadikan keputusan pembelian sebagai variabel dependen karena sangat berpengaruh pada mahasiswa ekonomi syari'ah angkatan 21.

Menurut Schiffman dan Kanuk,(2016) keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian konsumen di pengaruhi oleh perilaku konsumen.Keputusan pembelian adalah suatu alasan

tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keluarga, harga, pengalaman, dan kualitas produk. (Selvia et al., 2022)

Defenisi keputusan pembelian menurut Buchari Alma (2016) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. Sedangkan menurut Tjiptono (2015) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses di mana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. (Yanti, 2017)

Keputusan pembelian juga dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang merujuk pada perilaku membeli konsumen akhir, individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sehingga dapat dipahami bahwa keputusan pembelian merupakan keputusan yang dilakukan oleh konsumen akhir yang dapat berupa individu dan rumah tangga di mana produk atau jasa yang dibelinya digunakan untuk konsumsi pribadi.

Indikator keputusan pembelian yang dikemukakan oleh (Kotler 2018) yaitu:

Kemantapan pada sebuah produk. Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk apakah produk tersebut benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan. (Yanti, 2017)

Kebiasaan dalam membeli produk. Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Oleh

Karena itu, konsumen merasa tidak nyaman jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka cenderung memilih produk yang sudah biasa di gunakan.

Memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.

Berdasarkan hasil wawancara, keputusan pembelian mahasiswa ekonomi syariah angkatan 21 dalam pengambilan keputusan pembelian dengan melihat dua sisi dari sebuah produk yang ingin di beli dari sisi manfaatnya dan sisi kegunaan sebuah produk sebagian dari mahasiswa hanya membuat keputusan pembelian tanpa melihat kemudharatan sebuah produk hanya melihat rekomendasi dari kerabatnya sehingga membuat keputusan untuk membeli kosmetik tanpa izin edar.

Dari pemaparan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan konsumen ketika mengambil keputusan membeli. Keputusan untuk membeli atau tidak merupakan unsur pada individu konsumen yang merujuk pada tindakan fisik dan nyata. Keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang di pengaruhi oleh keuangan, teknologi, budaya, produk, harga dan bahkan lokasi hingga membentuk suatu sikap pada pengambilan keputusan.

Dalam penelitian Mega selvia (2022) pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlet whitening pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Riset ini menggambarkan atau menjelaskan masalah yang hasilnya dapat digeneralissakan, dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman atau analisis, jenis penelitian yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah teknik *purposive sampling* dan teknik

pengumpulan data dalam penelitian ini dengan mensebarkan kuesioner. Dari hasil penelitian pengaruh similtas harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa secara bersama-sama harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.(Selvia et al., 2022)

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan di atas maka peneliti tertarik meneliti dan menjadikan keputusan pembelian sebagai fariabel dependen di karenakan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kosmetik tanpa izin edar.

Selain keputusan pembelian kosmetik tanpa izin edar, penulis ingin melihat keputusan pembelian dalam konsep masalah al mursalah dalam kosmetik tanpa izin edar. Oleh dari itu masalah sangat mempengaruhi keputusan seorang konsumen, masalah adalah setiap keadaan yang membawa manusia pada derajat yang lebih tinggi sebagai makhluk yang sempurna. Masalah dunia dapat berbentuk manfaat, fisik, biologis, psikis, dan material, atau manfaat. Masalah akhirat berupa janji kebaikan (pahala) yang akan di berikan di akhirat sebagai akibat perbuatan mengikuti ajaran islam. Konsumen akan selalu berusaha mendapatkan masalah di atas masalah minimum. Mashlahah yang diperoleh dari mengonsumsi barang atau jasa yang halal dengan diikuti niat ibadah. Keberadaan mashlahah akan memperpanjang rentang dari suatu kegiatan halal. Seseorang yang merasakan adanya mashlahah dan menyukainya, maka dia akan tetap rela melakukan suatu kegiatan.

Dengan kata lain, semakin tinggi barang halal yang dikonsumsi seseorang maka semakin tinggi pula kualitas keimanan seseorang, tambahan mashlahah yang diterimanya akan meningkat hingga titik tertentu dan akhirnya akan menurun, dengan asumsi jumlah konsumsi masih dibolehkan oleh Islam. Namun, bagi orang yang tidak peduli adanya berkah, peningkatan mashlahah identik dengan peningkatan manfaat saja.(Kasdi, 2013)

Maslahah al mursalah merupakan terdiri dari dua kata yaitu masalah dan

mursalah. Masalah mursalah secara terminologi mempunyai pengertian bahwa upaya mengambil manfaat dan menghilangkan mudharatnya. Dapat di pahami bahwa masalah memiliki dua tema yaitu adanya manfaat dan menjauhkan mudharat terkadang masalah dapat di tinjau dari aspek ijabnya saja dan menjadi gorinah menghilangkan mafsada yaitu mudharat. Aspek masalah al-mursalah dalam kehidupan.

Tabel 1. 1
Maslahah Mursalah

Aspek masalah	Analisis masalah	Kesimpulan
Dharuriyat	Dalam islam telah di pisahkan keinginan dan kebutuhan, memang keinginanya seperti ingin cantik, putih dll terpenuhi, tapi kebutuhan tubuhnya tidak terpenuhi karna mengandung racun – racun pada kosmetik yang akan membayakan dirinya sendiri.	Terpenuhi tapi ada mudharat
Hajiyyat	Kebutuhan hajiyyat yang di maksud dalam masalah itu pemenuhan kebutuhan manusia yang kedua, di mana jika kebutuhanya tidak terpenuhi itu tidak akan membahayakan manusia akan tetapi akan menimbulkan kesulitan.	Terpenuhi tapi ada mudharat
Tahsiniyyat	Tahsiniyyat dalam masalah maslahah adalah di mana kebutuhan sebagai pelengkap manusia dan penyempurnaan saja, jadi jika tidak terpenuhi, itu tidak akan membahayakan atau menyulitkan manusia.	Terpenuhi

Dari tabel di atas, kebutuhan dharuriyat terpenuhi tapi menimbulkan kemudharatan, kosmetik tidak termasuk sepenuhnya dalam masalah dharuriyat (pokok) sebab jika kosmetik tidak terpenuhi maka tidak akan membahayakan manusia. Kebutuhan akan kosmetik termasuk dalam kebutuhan hajiyyat (sekunder) tapi juga menimbulkan kemudharatan di mana jika hal ini tidak dapat di penuhi tidak akan membahayakan manusia tersebut, melainkan akan

menimbulkan kesulitan baginya. Sedangkan kosmetik tercakup dalam kebutuhan tahsiniyyah (komplementer), kebutuhan ini hanya sebagai pelengkap dan penyempurna saja, jika tidak dapat terpenuhi tidak akan membahayakan dan menyulitkan manusia. Dalam tujuan masalah ada beberapa yang tidak terpenuhi dalam masalah misalnya yang pertama aspek daruriyah, maksud dari masalah ini adalah penuhi kebutuhan pokok, jika kebutuhan ini tidak di penuhi maka akan membahayakan orang tersebut, Kedua kebutuhan hajiyyat, jadi yang dimaksud adalah pemenuhan kebutuhan yang sifatnya sekunder, dimana jika hal ini tidak dapat dipenuhi tidak akan membahayakan orang tersebut, melainkan akan menimbulkan kesulitan baginya. Ketiga Jadi kebutuhan tahsiniyah yang dimaksud adalah komplementer bagi manusia, kebutuhan ini hanya sebagai pelengkap dan penyempurna saja, jika tidak dapat dipenuhi tidak akan membahayakan dan menyulitkan manusia. Islam mengatur jelas apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan dalam kegiatan sehari-hari . al-Qur'an menjelaskan hak dan batil tidak boleh di campur, jika ada suatu keraguan dalam menentukan suatu pilihan dianjurkan untuk meninggalkan, sesuatu yang di larang dalaam islam seperti memakai kosmetik tanpa ijin edar. Pada hakikatnya islam tidak membenarkan suatu aktifitas memproduksi atau memakai sesuatu yang kandungan bahan pada kosmetik tersebut dengan bahan yang bisa membahayakan bagi orang yang *menggunakanya*.

Islam merupakan agama yang memerhatikan pada persoalan kebersihan, kesucian serta keindahan dan kecantikan tersebut. Islam bahkan menganjurkan merawat dan memelihara diri, terkait dengan keindahan kecantikan serta kesucian, terkait kecantikan dan kesucian allah berfirman.

Firman Allah SWT dalam Qs.Al-A'raf :32

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ
نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

Terjemahanya:

“Katakanlah: siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah di keluarkan-nya untuk hamba-hambanya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rejeki yang baik? Katakanlah: semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus untuk mereka saja) di hari kiamat. Demikianlah kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui”

Kebahagiaan merupakan tujuan utama manusia dalam kehidupannya. Kebahagiaan itu akan di capai apabila segala kebutuhan hidup dapat terpenuhi baik secara spiritual serta material, dalam jangka pendek maupun panjang. Namun dalam kenyataan keseharian kita, kebahagiaan tersebut cukup sulit untuk di raih karena keterbatasan kemampuan kita manusia dalam memahami dan menerjemahkan keinginannya, keterbatasan dalam menyeimbangkan antar aspek kehidupan, serta keterbatasan sumber daya yang dapat di manfaatkan untuk mencapai kebahagiaan tersebut.

Dan untuk mencapai kebahagiaan, Allah SWT membolehkan hambanya yang beriman mengkonsumsi yang halal dan meninggalkan yang haram seperti memakai kosmetik yang jelas dari kandungan bahanya dan yang sudah terjamin kehalalan kosmetik sehingga terhindar dari kemaslahatan. Dan dalam mengkonsumsi harus mempunyai prinsip, menghalalkan yang halal dan mengharamkan yang haram hal itu sebagaimana yang di jelaskan Firman Allah SWT.

Firman Allah SWT Dalam (QS. Al-A'raf (7): 157)

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahan

“(yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, nabi yang mengikuti rasul, nabi yang ummi (tidak bisa baca tulis) yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam taurat dan injil yang ada pada mereka, yang menyuruh berbuat yang ma'rif dan mencegah dari yang mungkar, dan yang menghalalkan segala yang baik bagi mereka dan mengharamkan segala yang

buruk bagi mereka, dan membebaskan beban –beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Adaun orang-orang yang beriman kepadanya, memulikannya, menlongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang di turunkan kepadanya (Al-Qur'an), mereka itulah orang-orang yang beruntung.”(QS.Al-A'raf (7):157)

Dalam penjelasan di atas, jelas Allah melarang bagi hambanya yang melakukan hal yang di larang dalam agama seperti memakai kosmetik tanpa izin edar. Kosmetik tanpa izin edar adalah kosmetik yang tidak di ijin edarkan oleh Negara karena tidak memenuhi syarat, karna kandungan dalam kosmetik tersebut terdapat bahan seperti merkuri, hedrokinon dan steroid yang bisa mengakibatkan kerusakan pada kesehatan dan kemaslahatan bagi yang pengguna jangka panjang.

Tujuan masalah mursalah merupakan sebagai pondasi syarat dalam mengfungsikannya. Masalah tersebut berupa masalah yang hakiki, masalah yang benar benar akan mendatangkan manfaat atau menolak mudharatan dalam hal ini bukan hanya sebuah dugaan untuk mempertimbangkan adanya kemanfaatan tanpa melihat akibat negatif yang di timbulkan.

1. Sesuatu yang di anggap masalah tersebut merupakan kepentingan umum bukan kepentingan pribadi semata.
2. sesuatu yang di anggap masalah tersebut yang tidak bertentangan dengan al – qur'an as-shunah, ijma' atau qias. (Iii & Al-mursalah, n.d.)

Adapun terdapat kosmetik yang tidak memiliki nomor izin edar BPOM diantaranya adalah kosmetik illegal dan kosmetik dengan bahan di larang dan bahan berbahaya menurut (badan pengawas obat dan makanan, 2018).

Kosmetik tersebut di duga dapat membahayakan kesehatan konsumen. Dan manfaat suatu kosmetik tanpa izin edar membuat muka tampak lebih cerah dan membuat wanita terkhususnya mahasiswa lebih percaya diri. Dan adapun dilihat dari mudharat dari kosmetik tanpa izin edar mengakibatkan kerusakan pada kulit wanita dan kulit tampak kemerah – merahan, mengalami bintik-bintik hitam pada wajah dan kerusakan pada ginjal dan bahkan

efeknya dalam kesehatan sangat berakibat fatal, (Kosmetik & Kosmetik, n.d.)

Harga merupakan salah satu elastis dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi pada transaksi jual beli di perbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Dan harga sendiri merupakan suatu permainan dalam pemasaran, apabila harga yang di tetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen, akhirnya akan berdampak pada penurunanya pemasaran suatu produk di perusahaan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang di tetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak rendahnya tingkat peluang serta konsumen mengagap barang tersebut kualitasnya buruk. Karena harga pada suatu barang dapat mencerminkan kualitas suatu produk.

Menurut Kotler (2012) harga adalah jumlah uang yang harus di bayar pelanggan untuk membeli produk. Sedangkan menurut Machfoed (2010) mendefenisikan harga adalah jumlah uang yang di kenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang di tukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa, (Philip, 1997).

Berdasarkan wawancara awal harga kosmetik tanpa izin edar menurut mahasiswa harganya dominan tinggi karna kosmetik tesebut dapat memberikan efek cerah dalam waktu yang singkat dan dapat memuluskan kulit wanita dari bekas luka.

Dari pemaparan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai yang di samakan dengan uang atau barang yang bermanfaat yang di peroleh dari barang bagi seseorang pada waktu tertentu, dan harga nilai dari suatu barang yang di tawarkan oleh konsumen kepada produsen. Dan harga dari suatu produk yang di lihat dari suatu produk

yang di minati oleh halayak ramai maka dapat berpengaruh terhadap harga. dari hal tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh harga kosmetik tanpa izin edar terhadap mahasiswa angkatan 2021.

Dalam penelitian Fitri Yanti (2017) Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian viva kosmetik pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhamadiyah Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel atau lebih, penelitian ini dilakukan di fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhamadiyah palembang pada penelitian ini sebanyak 100 responden teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive* teknik pengumpulan data dalam penelitin ini adalah dengan menyebarkan kuesioner teknik analisis dalam penelitian ini regresi linear berganda Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhamadiyah Palembang, (Yanti, 2017).

Dalam uraian di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan di atas maka peneliti tertarik meneliti dan menjadikan harga sebagai variabel independen yang peratma X1 karena sangat berpengaruh pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 21.

Penetapan harga yang di lakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan di peroleh atau bahkan kerugian yang akan di peroleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak di pertimbangkan dengan tepat sasaran. Dalam menetapkan harga jual dapat di lakukan dengan berbagai cara.

Yaumil (2019) pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (studi kasus pada konsumen Carrefour panakkukang makassar) jenis penelitian yang di gunakan metode penelitian ini kuantitatif survey dengan pendekatan

lapangan lokasi yang di jadikan aspek dalam penelitian ini adalah Carrefour panakkukang Makassar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada konsumen Carrefour panakkukang makasar.(Yaumil, 2019)

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 55 responden. Ternik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien 0.399 dan nilai signifikan 0.009.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan di atas maka peneliti tertarik meneliti dan menjadikan harga sebagai fariabel independen X1 di karenakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik tanpa izin edar.

Adapun indikator harga menurut kotler adan amstrong (2016) terdapat empat indikator. Keterjangkaun harga Konsumen bisa menjangkau harga yang telah di ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dalam kosmetik tanpa izin edar harga dari kosmetik tersebut sangat relative tinggi dan bahkan terdapat sebagian produk dengan harga yang murah.(Soekanto, 2016)

Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga sering di jadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Dilihat dari kegunaan kosmetik tanpa izin edar kualitas pada kosmetik tersebut bagi yang sudah memakai produk untuk mencerahkan dan memutihkan pada kulit dari sisi kualitas sangat bagus maka dari harga pun tinggi karena dari kualitas yang dapat mencerahkan dengan jangka waktu yang cepat.

Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika

manfaat yang di rasakan lebih besar atau sama dengan yang telah di keluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang di keluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang. Manfaat dari kosmetik tanpa izin edar dapat membuat wajah jadi glowing dan cerah maka dari manfaat tersebut mahasiswa tertarik memakai kosmetik tanpa izin edar karena di lihat dari segi manfaat pada kosmetik tersebut tanpa melihat kemudharatan dan harga yang tinggi, karna manfaat dari kosmetik tersebut sangat berpengaruh dari harga maka dari harga tersebut berprediksi murah karna di lihat dari manfaat.

Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat di pertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut. Konsumen sering menyamakan produk yang telah berbpom dengan yang tidak berbpom, kosmetik yang berbpom ditinjau dari kemanfaatan dan kesehatan dari kosmetik bpom sudah terjamin maka dari kosmetik yang berbpom harganya seimbang dengan harga dan kesehatan. (Mariasinta, 2019)

Ada beberapa harga dari kosmetik tanpa izin edar yang harga nya relatife tinggi dan ada juga kosmetik tanpa izin edar yang murah, di lihat dari sisi harga tentu saja dengan harga kosmetik tanpa izin edar harganya berfariasi ada yang murah dan ada juga yang mahal menurut kegunaan . Mahasiswa ekonomi syariah terkhususnya angkatan 21 memakai kosmetik tanpa izin edar, bahkan mahasiswa mengetahui bahwa produk tersebut mengandung bahan berbahaya yang dapat merusak kulit, kosmetik tanpa izin edar di lihat dari sisi kemudharatan sangat signifikan karena kosmetik tersebut mengandung bahan yang berbahaya seperti merkuri, hidrokinon, steroid dan lain, membeli kosmetik tanpa izin edar sama saja uang untuk membeli kerusakan pada kulit. Dan kadang mahasiswa melihat dari sisi kegunaan

produnya dan tidak di lihat kemudharatan pada kosmetik tanpa izin edar, memang kosmetik tersebut dapat memutihkan dengan waktu yang singkat tetapi efek samping kosmetik tanpa izin edar dapat memberikan efek samping dengan jangka panjang bagi yang menggunakan kosmetik tersebut maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul pengaruh harga kosmetik tanpa izin edar dan promosi terhadap keputusan pembelian di tinjau dari masalah mursalah. Adapun kisaran harga kosmetik tanpa izin, (Fadillah et al., 2021)

Fenti mayang sari (2018) Pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah (studi pada mahasiswi prodi manajemen universitas Bengkulu) jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan instrumen dalam pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 sampel Dan dari hasil analisis regresi, diketahui bahwa pengaruh label halal dan harga sebesar 17,905%. Sisanya 82,095% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.(F. M. Sari et al., 2019)

Dalam uraian di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan di atas maka peneliti tertarik meneliti dan menjadikan harga sebagai variabel independen yang pertama X1 karena sangat berpengaruh pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 21. Selain dengan harga penulis ingin melihat harga kosmetik tanpa izin edar dalam konsep masalah al-mursalah.

Penerapan masalah di gunakan untuk menghindari kemudharatan yang timbul akibat perlakuan produsen dalam menentukan harga jual. Konsep masalah diartikan memberikan manfaat bagi konsumen dalam bentuk kualitas suatu produk . Di samping itu memperoleh berkah terhadap kosmetik yang di tawarkan, seperti menyediakan kosmetik yang bersertifikasi halal, produk yang tidak berbahaya serta sesuai usia dan pada harga yang wajar.(Iii & Al-mursalah, n.d.)

Berdasarkan hasil analisis bahwa terlihat terdapat pengaruh signifikan dan positif antara

masalah terhadap harga, maka semakin kosmetik tersebut memberikan efek putih terhadap kulit maka semakin tinggi harga kosmetik. Dilihat dari kosmetik tanpa izin edar dari sisi harga kosmetik tersebut relative tinggi di lihat dari kemudharatan kosmetik tanpa izin edar sangat berpengaruh pada kemudharatan dari pada kebaikan.

Dalam uraian diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan diatas maka peneliti tertarik meneliti dan menjadikan harga sebagai variabel independen karena sangat berpengaruh pada mahasiswa.

Menurut Ibnu Khaldun harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Jika suatu barang langka dan banyak di minta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.

Kosmetik tanpa izin edar banyak di minati di kalangan wanita terkhususnya mahasiswa karena kosmetik tersebut dapat memutihkan kulit yang hitam menjadi cerah dan tampak putih dengan cepat tanpa melihat efek sampingnya karena dari hal itu harga kosmetik tersebut lebih tinggi dari pada kosmetik. (Philip, 1997)

umumnya promosi (*promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan, misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Promosi berasal dari kata *promoted* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika di hubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan. (Soekanto, 2016)

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Kemudian promosi juga

berfungsi mengingatkan produsen terhadap produk, mempengaruhi konsumen untuk membeli akhirnya. Dalam prakteknya promosi dapat dilakukan berdasarkan tujuan.

Promosi di pandang sebagai kegiatan komunikasi konsumen dan produsen dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan dan menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. (Riyangto, 2011)

menurut rohaeni dalam (Ariecca, 2002) menyatakan bahwa, “promosi sangat lah penting dalam memperkenalkan sebuah produk dan juga menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Karena dengan promosi, konsumen akan lebih mengenal tentang produk yang di hasilkan oleh perusahaan.” (Swasta, 2018)

Promosi merupakan aspek sangat penting dalam pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berikutnya dari sebuah perusahaan. Dari promosi dapat menambahkan kegiatan selanjutnya. Sekarang lebih di kenal sebagai *promotion mix* yaitu kombinasi strategi yang lebih baik. Yaitu kombinasi lebih baik dari pada periklanan atau alat promosi lain, yang semua di rencanakan untuk mencapai tujuan dari penjualan. (Soekanto, 2016)

Rahmah indah sari (2020) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kosmetik emina pada mahasiswa ilmu komunikasi universitas islamm negeri Sumatra utara mendan. Jenis penelitian yang di gunakan adalah pendekatan kuantitatif, penelitian ini di lakukan di lingkungan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial uinsu. Penarikan sample yang di gunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling penelitian Berdasarkan analisis regresi sederhana hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembeli kosmetik Emina. Peneliti menyimpulkan dukungan terhadap teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori pemasaran dan teori psikologi dan sosiologi, bahwa semakin tinggi promosi maka keputusan pembeli kosmetik Emina semakin meningkat. (R. I. Sari, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kemukakan di atas maka

peneliti tertarik meneliti dan menjadikan promosi sebagai variabel independen yang ke X2 di karenakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 21.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Ridwansyah (2017) mengemukakan bahwa “promosi adalah alat atau aktivitas yang di gunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan.”

Dari defenisi di atas dapat di simpulkan bahwa promosi suatu intraksi produsen dan konsumen yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk menrubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya konsumen tidak mengenal menjadi mengenal produk tersebut, sehingga menjadi pembeli yang selalu mengingat produk tersebut, membeli, loyal pada produk yang di tawarkan oleh konsumen(Swasta, 2018).

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Syahputra dan Herman, 2020) indikator-indikator promosi diantaranya.

pesan promosi, adalah tolak ukur seberapa baik pesan promosi di lakukan dan di sampaikan ke konsumen atau pasar. Mahasiswa dengan melihat rekomendasi pada promosi lewat media sosial dan melihat dari adanya rekomendasi dari yang telah memakai produk tersebut tergiur dengan dapat memutihkan secara cepat.

media promosi, adalah media yang di pilih dan di gunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi. Media online yang guna mempromosikan produk tanpa izin edar yaitu tiktok shop, instagram dan melalui wad an aplikasi lainnya.

waktu promosi, adalah seberapa lama waktu perusahaan untuk melakukan program promosi. Waktu promosi produk tanpa izin edar tidak berdasarkan waktu karna kosmeti tersebut di promosikan melalui media sosial.frekuensi promosi, adalah jumlah promosi penjualan yang di lakukan dalam suatu waktu oleh perusahaan melalui media promosi penjualan. Produk tanpa izin edar banyak di minati oleh remaja masa kini karena dapat

memutihkan wajah atau kulit, jadi banyak sudah orang yang mempromosikan produk tersebut (Soekanto, 2016).

Berdasarkan wawancara awal promosi kosmetik tanpa izin edar di promosikan di sosial media seperti melalui tiktok shop, instagram, dan sosial media lainnya bahkan ada yang di rekomendasikan oleh kawan karena melihat kawan memakai kosmetik tersebut terlihat putih.

Widya Alifa Muczana (2018) Pengaruh promosi terhadap kepuasan pembelian produk kosmetik wardah secara online pada mahasiswa poltekkes kemenkes Palembang tujuan dari penelitian ingin membuktikan pengaruh promosi diskon, bundling produk dan gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey analitik dengan pendekatan cross sectional, penelitian yang mana variabel independen, faktor penyebab, faktor resiko dan variabel dependen. Populasi penelitian adalah semua mahasiswa aktif poltekkes kemenkes Palembang dan jumlah mahasiswa aktif poltekkes kemenkes Palembang 1680 mahasiswa yang terdiri 120 program studi berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis yang menyatakan promosi diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah secara online di terima.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan di atas maka peneliti tertarik meneliti dan menjadikan promosi sebagai variabel independen yang ke (11) di karenakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 21.

Dari uraian diatas, peneliti dapat mengambil kesimpulan promosi adalah suatu produk yang di promosikan ke sosial media yang bertujuan dapat dilihat oleh halayak ramai yang bertujuan oleh konsumen produk yang di pasarkan dan dapat di gunakan kosmetik tersebut, kalau di lihat dari kosmetik tanpa izin edar sangat banyak yang di promosikan di sosial media, adapun yang di promosikan di tiktok shop, melalui wa dan istagram.

Kemunculan masalah al mursalah di latar belakang oleh munculnya berbagai persoalan

baru yang di hadapi masyarakat, tetapi persoalan tersebut yang tidak di bicarakan secara jelas dalam al qur'an. Ketika metode lain dianggap tidak memadai secara maksimal dalam menjawab persoalan tersebut, maka al masalah yang juga memiliki landasan di dalam nash al qur'an dan hadits sebagai cara ijtihad.(Mukhsin Nyak Umar, 2017)

Maslahat secara etimologi kata mufrad dari maslahat sama artinya dengan al shalah yaitu yang mendatangkan kebaikan. Sering pula kata maslahat atau istilah didentikan dengan al munasib yaitu dengan hal-hal yang cocok, sesuai dengan tempat penggunaannya. Dari pengertian di atas dapat di tegaskan bahwa setiap sesuatu apa saja yang mengandung manfaat di dalamnya baik untuk meraih kemanfaatannya, kejelasan atau pun untuk menolak kemudharatan, maka dari itu di sebut maslahat. Secara umum maslahat ini seperti manfaat menurut lafal dan maknanya. Manfaat diartikan dengan enak, baik dalam memperoleh maupun dalam menjaga, mempertahankan atau memeliharanya. Karena itu setiap yang mengandung manfaat, baik itu cara menarik atau menghasilkannya, maupun cara menolak maupun menghindarkannya dari bahaya dan kepedihan, dapat di namakan dengan maslahat.(Iii & Al-mursalat, n.d.)

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa promosi di lihat dari maslah al mursalah, sekarang banyak kosmetik yang di promosikan oleh konsumen melalui sosial media sayangnya masih ada sejumlah orang yang belum mengerti bagaimana memilih kosmetik yang di izin edar dan tidaknya di izin edar mahasiswa tanpa melihat adanya efek samping dari kosmetik tanpa izin edar. Begitu pula dengan mereka yang ingin mempercantik penampilan. Sering kali mahasiswa yang mana pada saat waktu senggang sambil memainkan hpnya dan lewat kosmetik tersebut di beranda tiktoknya dan mahasiswa tertarik melihat produk tersebut karna terlihat putih dengan waktu yang cepat. Menurutnya banyaknya iklan yang menjanjikan orang dapat cantik dalam waktu singkat, membuat mahasiswa ingin coba produk yang menjanjikan bisa mempercantik diri secara instan.

Berdasarkan fenomena yang telah di paparkan, peneliti bergerak untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh harga kosmetik tanpa izin edar dan promosi terhadap keputusan pembelian di tinjau dari masalah al mursalah (mahasiswa ekonomi syari’ah angkatan 21).

1.2 Rumusan Masalah

1. Berapa besar pengaruh harga terhadap kosmetik tanpa izin edar pada Mahasiswa/wi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Universitas Malikussaleh?
2. berapa besar pengaruh promosi terhadap kosmetik tanpa izin edar pada Mahasiswa/wi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Universitas Malikussaleh?
3. berapa besarkah pengaruh Harga, Promosi terhadap Keputusan pembelian kosmetik tanpa izin edar pada Mahasiswa/wi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Universitas Malikussaleh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kosmetik tanpa izin edar pada Mahasiswa/wi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Universitas Malikussaleh.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kosmetik tanpa izin edar pada Mahasiswa/wi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Universitas Malikussaleh.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada kosmetik tanpa izin edar Mahasiswa/wi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 Universitas Malikussaleh.

1.4 Manfaat penelitian

Suatu peneliti ilmiah tentunya dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun penelitian ini dapat bermanfaat diantaranya sebagai berikut.

1. Secara teoritis, bagi peneliti adalah sebagai sarana untuk mengembangkan dan

menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dan penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk menambah literatur serta bisa membantu bagi mahasiswa yang kurang paham dengan kosmetik.

2. Secara praktis, bagi penulis penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang masalah yang diteliti serta sebagai sarana belajar dan masukan bagi penulis mengaplikasikan sebagai teori yang telah dipelajari terhadap kasus yang nyata dan relevan.