ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa ikhlas konsumen dalam mendonasikan sisa uang belanja di indomaret point secara reduksi mengenai Perilaku Muslim Dalam Mendonasikan Sisa Uang Belanja Di Indomaret Point (Studi Kualitatif Fenomenologi Pada Konsumen Di Indomaret POINT Sleman Yogyakarta, Tahun 2017). Target dalam penelitian ini adalah konsumen yang beberlanja dan mendonasikan sisa uang belanjanya di indomaret point, berdasarkan metode metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah pendekatan studi kasus (Case Study).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil penelitian di dapat bahwa di antara 10 orang, sangat menyutujui adanya donasi di dalam indmaret point, karna memudahkan dalam berbuat kebaikan, akan tetapi ada juga yang kurang setuju dikarenakan tdak adanya transparasi dari pihak indomaret point untuk mengajak konsumen agar lebih mengetahui kemana dan dimana hasil donasi yang dikumpulkan dari pihak indomaret. Faktor lain adalah adanya motivasi dalam mendonasikan karena untuk membantu sesama.

Kata kunci : Donasi, Perilaku Konsumen, Sedekah.

ABSTRACT

This study aims to find out how sincere consumers in donating the remaining money in indomaret point by reduction on Muslim Behavior In Donating Money Remaining Currency at Indomaret Point (Qualitative Study of Phenomenology in Consumers at Indomaret POINT Sleman Yogyakarta, Year 2017). Target in this research is beberlanja consumers and donate the remaining money spending in indomaret point, based on descriptive method method qualitative. The data source used is a case study approach (Case Study).

Based on the analysis that has been done the results obtained in the study that can be among 10 people, strongly approve the donation in indmaret point, because facilitate in doing good, but there is also less agree because there is no transparency from indomaret point to invite consumers to More know where and where the donation collected from indomaret party. Another factor is the motivation to donate because to help othersKeywords: Donation, Consumer Behavior, Alms.

Keywords: Donation, Consumer Behavior, Alms