

ABSTRAK

Pembelian produk atau barang eksklusif yang merujuk pada sifat hedonis dalam Islam sangat tidak dianjurkan, namun masih banyak konsumen Muslim yang membeli barang-barang eksklusif dengan mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan penyebab *loyal customer* Riamiranda tetap melakukan pembelian pada produk *fashion* Muslim Riamiranda.

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) yang digunakan untuk mengetahui makna dari pengalaman yang berbeda dari setiap *loyal customer* Riamiranda di Kota Semarang. Metode ini dilakukan dengan teknik wawancara secara mendalam dan dianalisis melalui tahapan yang sesuai dengan pedoman metode IPA. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang *loyal customer* Riamiranda dari Kota Semarang dengan kriteria yang telah ditentukan.

Hasil dari penelitian ini diperoleh 5 tema induk yang sekaligus menjawab latar belakang adanya fenomena *loyal customer* Riamiranda tetap membeli produk *fashion* Muslim Riamiranda di Kota Semarang yaitu diantaranya lingkungan sosial, dampak pembelian barang eksklusif, perilaku kecanduan, keyakinan diri, dan kepuasan dalam membeli barang eksklusif.

Kata kunci: Fenomenologi, Interpretative Phenomenological Analysis, Konsumsi Islam, Produk Eksklusif, Hedonis, Masalah.