# ABSTRAK

**Arina Nur Fadliah.** 2021. *Persepsi Konsumen Muslim dalam Memilih Minuman Nyot-Nyot Thai Tea di Kota Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing Elida Mahriani, S.E.I., M.M.

**Kata Kunci:** Persepsi, Konsumen, Minuman.

Persaingan bisnis makanan dan minuman pada beberapa tahun belakangan ini berkembang semakin pesat, seperti bisnis minuman mulai menjamur disetiap daerah termasuk kota Banjarmasin. Persaingan yang begitu ketat dalam usaha menyebabkan produsen minuman harus memenuhi kebutuhan konsumen dan bersaing memasarkan produknya, yaitu dengan membuka kedai minuman. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi dan alasan konsumen muslim dalam memilih minuman Nyot-Nyot Thai Tea.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu tentang persepsi konsumen dalam memilih minuman cepat saji, subjek penelitian adalah 10 konsumen muslim, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Pertama* terbentuknya persepsi konsumen dalam memilih minuman Nyot-Nyot Thai Tea dapat di analisis melalui 3 tahapan yaitu Sensasi, Atensi, dan Intrepretasi. *Kedua* terkait dengan bagaimana alasan konsumen terhadap minuman Nyot-Nyot Thai Tea bahwa Harga, Pelayanan, Produksi dan Tempat minuman, yang menjadikan alasan konsumen.