

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia memiliki kebutuhan untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Satu orang dengan orang lainnya pasti memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan orang dewasa tentunya berbeda dengan kebutuhan anak-anak, kebutuhan perempuan juga berbeda dengan kebutuhan laki-laki. Kebanyakan perempuan memiliki kebutuhan yang banyak sehingga mereka merupakan sasaran pasar yang sangat potensial. Perempuan juga selalu ingin terlihat cantik dan mempesona, oleh karena itu mereka menggunakan berbagai macam produk untuk menunjang penampilannya. Salah satu cara yang dilakukannya adalah dengan menggunakan kosmetik. Dalam kehidupan sehari-harinya kebanyakan perempuan tidak akan terlepas dari kosmetik.

Penduduk di Indonesia mayoritas adalah beragama Islam. Pada sepuluh tahun terakhir para perempuan muslim di Indonesia memadukan gaya hidup modern dan Islami agar tidak ketinggalan *trend* yang sedang berlangsung tanpa meninggalkan kewajibannya sebagai orang Islam. Tentunya perempuan muslim pun tidak ingin kalah untuk selalu terlihat cantik dan mempesona. Namun mereka akan memperhatikan kehalalan produk yang akan digunakan agar tidak menghalangi kegiatan ibadah mereka. Sehingga bagi orang muslim yang memandang agama Islam sebagai jalan hidup akan menimbulkan

kesadaran diri dalam kehidupannya.¹ Perusahaan industri kosmetik memanfaatkan momen tersebut untuk membuat produk dengan inovasi-inovasi baru untuk kaum perempuan muslim, salah satunya kosmetik halal.

Industri kosmetik di Indonesia saat ini sedang mengalami kenaikan pertumbuhan 20% dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017.² Beberapa diantaranya memproduksi kosmetik yang sudah memiliki label halal. Kosmetik halal merupakan kosmetik yang mempunyai label halal pada kemasannya, hal tersebut akan memudahkan konsumen muslim khususnya dalam memilih produk yang akan digunakan. Label merupakan gambar, tulisan, kombinasi antara gambar dan tulisan serta melekat pada kemasan sebuah produk.³ Label halal pada kosmetik menunjukkan bahwa kosmetik tersebut tidak mengandung bahan yang diharamkan ataupun proses yang dilarang oleh Islam.

Salah satu produk kosmetik halal di Indonesia adalah Wardah yang diproduksi oleh PT Paragon Technology and Innovation (PTI). Kosmetik Wardah mengunggulkan kehalalan produknya untuk menarik simpati dari konsumen. Kosmetik Wardah merupakan kosmetik halal pertama yang ada di

¹ Lantip Susilowati, "Mensyariahkan Akuntansi Konvensional", *An-Nisbah*, Vol. 04, No. 01, Oktober 2017, hal. 206.

² Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%", dalam <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>, diakses 9 Oktober 2018.

³ Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, "Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan", dalam http://standarpangan.pom.go.id/dokumen/peraturan/2018/0._PerBPOM_31_Tahun_2018_Label_Pangan_Olahan_31_Jan_2019_Join.pdf, diakses 02 Desember 2018.

Indonesia.⁴ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Widyaningrum menyatakan bahwa dengan adanya label halal pada produk bisa mempengaruhi keputusan pembelian.⁵ Terutama untuk konsumen muslim, kehalalan suatu produk lebih diutamakan agar terhindar dari hal-hal yang dilarang oleh syariat Islam. Islam mengajarkan pada umatnya untuk selalu mengkonsumsi segala hal yang halal, baik makanan, minuman, kosmetik, dan yang lainnya.

Wardah adalah salah satu kosmetik halal dan aman, karena Wardah memiliki sertifikat halal dari lembaga LPPOM MUI. Kehalalan kosmetik di Indonesia diuji oleh Lembaga Pengkajian Pangan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Jika kosmetik tersebut telah diuji dan mendapatkan sertifikat halal serta ijin mencantumkan label halal pada produk maka produk tersebut halal dan tidak mengandung unsur yang diharamkan oleh Islam. Dengan adanya label halal dapat melindungi produsen dari isu tentang ketidakhalalan produk dan membuat konsumen percaya bahwa produk tersebut tidak menggunakan bahan-bahan terlarang terutama oleh syariat Islam.

Kosmetik Wardah masuk dalam daftar beberapa merek kosmetik asli Indonesia yang menjadi pilihan favorit konsumen pada umumnya. Karena kosmetik wardah mengeluarkan produk yang beranekaragam. Di antara

⁴ Fitriyaning Astutik, *Pengaruh Labelisasi Halal, Kreativitas Iklan dan gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus pada Pondok Pesantren Darul Falah Kudus)*, (Kudus: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 5.

⁵ Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal, Asosiasi Merek, Iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Malang)", *CAPITAL*, Volume 1, Nomor 2, Maret 2018.

produk-produk tersebut memiliki daya tarik sendiri yang menyebabkan produk akan menempati pilihan konsumen yang berbeda-beda. Jika konsumen memutuskan untuk menjadi pelanggan sebuah merek produk tertentu mereka akan membeli lagi merek produk yang sama dengan sebelumnya, bahkan konsumen bisa mempromosikan produk tersebut kepada orang lain. Konsumen sebuah produk bisa menggambarkan kesan dari citra perusahaan, citra produk serta citra pemakai.

Dalam pemasaran sebuah produk, kesan positif konsumen penting untuk perusahaan karena dapat dijadikan sebagai acuan kinerja dan menciptakan citra perusahaan. Dalam penelitian Ummu Habibah dan Sumiati terdapat sebuah pernyataan bahwa merek Wardah sudah dikenal banyak orang. Hasil responden mengenai pernyataan tersebut adalah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 89,65%, setuju sebanyak 10,15%, ragu ragu sebanyak 0%, tidak setuju sebanyak 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0%.⁶ Maka dapat disimpulkan bahwa kosmetik Wardah sudah dikenal oleh masyarakat di Indonesia terutama kaum wanita. Kosmetik Wardah sudah memiliki citra merek yang baik di kalangan masyarakat.

Tabel 1.1

Posisi Produk Wardah dalam Kategori *Top Brand Award* 2018

Body Mist			Body Butter/ Body Cream		
The Body Shop	17.1%	TOP	Oriflame	16.8%	TOP
Wardah	11.3%	TOP	Wardah	16.4%	TOP
			The Body Shop	12.7%	TOP

⁶ Ummu Habibah dan Sumiati, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura", *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Hal. 31-48, Volume 1, Nomor 1, Maret 2016.

Lip Gloss			Lipstik		
Wardah	31.8%	TOP	Wardah	36.2%	TOP
Revlon	12.0%	TOP	Revlon	10.7%	TOP
Maybelline	10.9%	TOP			
Blush On			Bedak Muka Tabur		
Wardah	29.7%	TOP	Wardah	21.8%	TOP
Revlon	15.1%	TOP	Viva	17.4%	TOP
			Marcks	15.9%	TOP
Foundation			BB Cream		
Wardah	28.0%	TOP	Wardah	41.4%	TOP
Revlon	20.1%	TOP	Olay	14.0%	TOP
Bedak Muka Padat			Serum Wajah		
Wardah	35.5%	TOP	Wardah Lightening Serum	28.0%	TOP
Pixy	14.1%	TOP	Pond's Ultra Luminous Serum	22.7%	TOP
			Olay Total Effect	14.7%	TOP

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2

Menurut *Top Brand Award* pada tahun 2018⁷, beberapa jenis produk Wardah yang menduduki tingkat pertama dibandingkan dengan merek kosmetik lain. Berdasarkan data *Top Brand Award* pada tahun 2018 dapat disimpulkan bahwa kosmetik Wardah menjadi kosmetik yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia pada produk-produk tertentu. Kosmetik Wardah dapat bersaing dengan merek kosmetik lain yang terkenal di Indonesia dan beberapa produk mampu menempati posisi pertama pada *Top Brand Award* pada tahun 2018. Salah satu alasan Wardah bisa menjadi *top brand* adalah citra mereknya yang dikenal baik oleh masyarakat. Selain karena citra mereknya, kosmetik Wardah juga terkenal karena harganya yang terjangkau sesuai dengan manfaat yang akan diperoleh.

⁷ Top Brand Award, *Daftar Top Brand Award 2018*, dalam http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2, diakses 27 November 2018.

Sebelum melakukan sebuah pembelian ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan permintaan barang, salah satu diantaranya adalah harga. Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa dari seorang atau kelompok pada waktu tertentu.⁸ Kosmetik Wardah memberikan harga yang beragam untuk produknya sesuai dengan manfaat yang diberikan. Ditinjau dari harga yang ditawarkan kosmetik Wardah dapat mencerminkan kualitas dan keunggulannya. Sebagai kosmetik yang berlabel halal, Wardah memberikan harga yang bersaing dengan merek kosmetik halal lainnya.

Menurut Thamrin⁹ dalam menentukan keputusan pembelian produk ada beberapa tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi produk, evaluasi alternatif produk, keputusan pembelian produk, dan perilaku pembelian. Sebelum membeli produk, konsumen mempunyai kebutuhan terlebih dahulu. Kemudian konsumen akan mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan dan mempertimbangkan beberapa pilihan alternatif merek produk yang sejenis melalui informasi produk. Keputusan pembelian yang diharapkan produsen adalah menginginkan konsumen untuk membeli, bukan hanya sebatas keputusan konsumen dalam memilih tindakan dari beberapa alternatif sebelum membeli produk dan jasa yang akan dikonsumsi.

⁸ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hal. 216.

⁹ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 129.

Pada penelitian Tarigan dijelaskan bahwa Mahasiswa berusia 17 tahun hingga 25 tahun di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang membeli dan menggunakan kosmetik Wardah.¹⁰ Pengguna kosmetik Wardah berasal dari kaum muslim dan non muslim. Wardah merupakan salah satu produk kosmetik yang sedang menjadi perbincangan banyak orang di Indonesia terutama mahasiswa. Wardah mengandung pilihan produk yang beranekaragam, label halal, harga setara dengan manfaat produk, tidak memiliki bahan berbahaya, memiliki sederet penghargaan yang telah diterima. Berdasarkan penjelasan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.

Jika dilihat dari segi *fashion*, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di IAIN Tulungagung terlihat lebih bervariasi dibandingkan Mahasiswa Fakultas lain. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis juga terkenal karena memiliki penampilan yang menarik. Untuk produk kosmetik yang sering menggunakannya adalah mahasiswa perempuan. Maka peneliti memilih Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung karena dianggap cocok untuk dijadikan subjek penelitian ini. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Label Halal, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung”**.

¹⁰ Tarigan, “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan”, *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 1, November 2016, ISSN: 2407-2648 E-ISSN: 2407-263X.

B. Identifikasi Masalah

1. Saat ini semakin banyak produk kosmetik yang mempunyai label halal. Produk Wardah merupakan salah satu kosmetik yang memiliki label halal. Apakah label halal pada kosmetik Wardah berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswi.
2. Adanya harga yang kompetitif membuat konsumen membandingkan harga. Kosmetik Wardah memiliki harga yang beragam. Dengan adanya hal tersebut apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Merek Wardah sudah terkenal dikalangan mahasiswi karena keunggulannya. Citra merek Wardah apakah berpengaruh juga terhadap keputusan pembelian mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?
3. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?

4. Apakah label halal, harga dan citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
4. Untuk menganalisis pengaruh label halal, harga dan citra merek secara bersama-sama keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran atau referensi yang berkaitan dengan pengaruh label halal, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian

produk kosmetik Wardah serta sebagai acuan penelitian sejenis yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

2. Praktis

Memberikan manfaat kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan maupun evaluasi atas target penjualan produk. Untuk menambah pengetahuan bagi diri sendiri khususnya dan masyarakat pada umumnya tentang faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian pada dasarnya pasti memiliki batasan-batasan dalam penelitiannya, hal ini bertujuan untuk memberikan ruang lingkup yang jelas sehingga hasil yang diperoleh akan mudah dilihat dan jelas arahnya. Berdasarkan identifikasi masalah maka pembahasan selanjutnya dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh label halal, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Karena keterbatasan waktu dan tenaga dari peneliti maka penelitian ini dilakukan pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang menggunakan atau pernah menggunakan dan membeli produk kosmetik wardah.

G. Penegasan Istilah

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu definisi operasional untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal dan aman digunakan.
2. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, karena unsur selain harga mengeluarkan biaya.
3. Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap sebuah produk dalam memori mereka ketika mereka melihat merek tersebut.
4. Keputusan pembelian adalah sebuah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya, kemudian konsumen dapat menentukan sikap yang akan diambil apakah akan membeli atau tidak.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan pedoman skripsi IAIN Tulungagung. Untuk mempermudah penulisan penelitian ini serta memudahkan pemahaman maka penulisan membuat sistematika yang sesuai dengan buku pedoman skripsi. Sistematika ini dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri dari bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari enam bab antara lain, Bab I tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

Bab II landasan teori yang terdiri dari teori yang membahas variabel atau sub variabel yang pertama, teori yang membahas variabel atau sub variabel yang kedua, teori yang membahas variabel atau sub variabel yang ketiga, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian; populasi, sampling, dan sampel penelitian; sumber data, variabel, dan skala pengukurannya; teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Bab IV hasil penelitian yang terdiri dari hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan pengujian hipotesis serta temuan dalam penelitian.

Bab V pembahasan tentang bahasan dari hasil penelitian yang telah diuji dan didukung oleh sumber-sumber yang menguatkan hasil penelitian.

Bab VI penutup yang terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan penelitian dan saran-saran yang ditujukan oleh peneliti kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap obyek penelitian tersebut.

Bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup.