

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian, label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Artinya jika terjadi penambahan produk yang memiliki label halal maka akan menaikkan keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Dan sebaliknya jika terjadi pengurangan produk yang memiliki label halal maka akan menurunkan keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. Karena jika semakin banyak kosmetik Wardah yang mempunyai label halal, maka semakin banyak pula pilihan konsumen untuk memutuskan pembeliannya pada kosmetik Wardah.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner lebih dari setengah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Islam IAIN Tulungagung setuju pada pernyataan bahwa mereka membeli kosmetik Wardah karena memiliki label halal. Adapula beberapa dari mahasiswi memiliki faktor lain dalam memutuskan pembelian terhadap kosmetik Wardah salah satunya adalah saran dari keluarga atau teman yang merasa bahwa kosmetik Wardah memberikan manfaat sesuai dengan yang diinginkan. Oleh sebab itu, hasil dari penelitian ini adalah label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tarigan. Dimana dalam penelitian Tarigan, label halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Menurutnya kosmetik yang memiliki label halal merupakan produk yang digunakan untuk menambah daya tarik serta melindungi bagian tubuh dan tidak termasuk dalam golongan obat yang mengandung bahan yang diharamkan.

Sedangkan penelitian ini bertolak dengan penelitian Anggraeni, secara parsial variabel label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Anggraeni label halal pada kosmetik Wardah tidak memiliki peluang yang cukup besar untuk mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Karena konsumen memutuskan membeli kosmetik Wardah dipengaruhi oleh faktor lain selain label halal yang tertera pada kemasan kosmetik Wardah.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Yuswohady, dimana label halal merupakan hal penting dalam memilih jenis produk yang akan dikonsumsi.⁸⁴ Memang dengan adanya label halal akan memberikan ketenangan dalam hidup konsumen muslim khususnya, karena produk yang memiliki label halal aman digunakan dan tidak melanggar ketentuan agama Islam. Label halal berupa kombinasi tulisan dan gambar halal dari MUI pada

⁸⁴ Yuswohady, *Marketing to the Middle.....*, hal. 76.

kemasan produk untuk menjelaskan produk tersebut berstatus sebagai produk halal. Karena sebagai seorang muslim dituntut untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan sebuah produk.

B. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Artinya jika semakin baik harga yang diberikan maka akan semakin tinggi keputusan pembelian terhadap kosmetik Wardah. Sebaliknya jika semakin buruk harga yang diberikan maka akan menurunkan keputusan pembelian terhadap kosmetik Wardah. Karena harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Jika harga yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak memutuskan untuk membeli kosmetik Wardah.

Harga merupakan biaya yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan, memanfaatkan serta menghabiskan produk dan pelayanan dari sebuah produk. Sebagai kosmetik yang berlabel halal, Wardah memberikan harga yang dapat bersaing dengan merek kosmetik halal lainnya. Ditinjau dari harga yang ditawarkan oleh kosmetik Wardah, dapat mencerminkan kualitas dan keunggulan dari masing-masing produknya. Dengan adanya harga yang

beragam tersebut menyebabkan kosmetik Wardah bisa digunakan oleh semua kalangan. Karena konsumen bisa mempertimbangkan produk yang akan dibelinya beserta harga yang diinginkannya.

Beberapa orang berpendapat bahwa kosmetik Wardah terkenal karena memiliki harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang akan diperoleh oleh konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner setengah dari responden menjawab setuju pernyataan harga kosmetik wardah terjangkau oleh kalangan mahasiswi. Dan lebih dari setengah dari responden berpendapat setuju dengan pernyataan harga yang ditawarkan kosmetik wardah sesuai dengan kualitas produk. Hal tersebut berarti sebagian besar mahasiswi mengakui bahwa harga yang ditawarkan oleh produk Wardah masih terjangkau oleh kalangan mahasiswi dan sesuai dengan manfaat yang akan mereka terima dari masing-masing produk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tarigan, Anggraeni dan Reven. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tarigan, harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Sedangkan hasil penelitian Anggraeni, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik Wardah. Hasil penelitian dari Reven adalah harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (studi pada pelanggan *nesty collection* Jakarta).

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Fandy dimana harga memiliki peran utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen.⁸⁵ Apabila harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan pendapatan konsumen maka produk tersebut akan semakin diminati konsumen. Maka semakin baik harga yang ditawarkan akan meningkatkan keputusan pembelian. Produsen menetapkan harga bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan penetapan posisi produknya. Harga merupakan elemen yang dapat menghasilkan pendapatan dari hasil penjualan.⁸⁶ Jika harga terlalu tinggi akan menurunkan tingkat penjualan, namun jika harga terlalu rendah dapat mengurangi tingkat keuntungan.

C. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian, citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Artinya apabila semakin tinggi citra merek sebuah produk maka akan semakin menaikkan keputusan pembelian. Dan sebaliknya jika semakin rendah citra merek sebuah produk maka akan semakin menurunkan keputusan pembelian.

⁸⁵ Tjiptono Fandy, *Pemasaran Strategik.....*, hal. 152.

⁸⁶ Rhenald Kasali, *Modul Kewirausahaan.....*, hal. 154.

Karena konsumen akan lebih mudah menerima sebuah produk yang sudah mempunyai citra merek baik.

Pada tahun 2018 beberapa produk kosmetik Wardah menempati posisi pertama pada *Top Brand Award 2018*. Alasan Wardah bisa menjadi *top brand* karena memiliki citra merek yang sudah dikenal dengan baik oleh masyarakat dan memiliki nama merek yang mudah diingat. Wardah berusaha untuk menciptakan citra merek yang baik. Pada bab sebelumnya diperoleh data bahwa pernyataan citra merek yang paling banyak mendapatkan skor adalah kosmetik Wardah mudah dikenali dan diingat. Selain itu kosmetik Wardah juga bisa didapatkan dengan cara yang mudah karena memiliki jaringan distribusi yang luas. Kosmetik Wardah menjadi kosmetik yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia pada produk-produk tertentu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, Reven, dan Agustina. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari adalah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. Hasil penelitian yang dilakukan Reven adalah citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (studi pada pelanggan *nesty collection* Jakarta). Sedangkan hasil penelitian Agustina adalah *brand image* (citra merek) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Mahasiswa aktif UN PGRI Kediri.

Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Sangadji bahwa konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang

mempunyai citra merek baik.⁸⁷ Merek merupakan hal penting dalam pemasaran karena merek menjadi alat untuk meningkatkan atau mempertahankan jumlah penjualan produk. Hal tersebut bisa terjadi jika konsumen mendapatkan kepuasan dari produk yang dibeli. Konsumen akan memberikan kesan positif terhadap merek, sehingga konsumen akan mencari atau membeli lagi produk tersebut, karena merek sudah diingat dengan baik oleh konsumen. Merek produk yang sudah lama dan baik akan memiliki sebuah citra merek yang baik pula sehingga bisa meningkatkan citra dari pemakainya.

D. Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh positif dan signifikan antara label halal, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Dimana label halal akan memberikan kenyamanan pada konsumen muslim khususnya karena produk yang memiliki label halal aman digunakan. Harga mampu memberikan nilai tambah pada produk, selain itu citra merek Wardah yang sudah dikenal baik akan membuat konsumen menganggap harga yang diberikan oleh kosmetik Wardah masih terjangkau. Dengan demikian maka semakin baik label halal,

⁸⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.....*, hal. 338.

harga, dan citra merek produk maka akan semakin meingkatkan keputusan pembelian.

Kotler menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah cara individu, kelompok ataupun organisasi dimana mereka diberikan kebebasan untuk memilih, membeli, memakai dan memanfaatkan barang, jasa, gagasan serta pengalaman dalam rangka untuk memuaskan kebutuhan hasrat. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih pilihan alternatif yang akan dipilih. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah pendapatan, harga produk, dan manfaat produk yang diharapkan oleh konsumen, citra merek.

Sebagian responden menyadari kebutuhan untuk menggunakan produk yang sudah berlabel halal. Mereka menganggap produk yang memiliki label halal sudah pasti aman untuk digunakan. Label halal yang ada pada kemasan kosmetik Wardah merupakan label halal resmi dari MUI yang membuat keyakinan mereka semakin tinggi, karena jika sebuah produk sudah memperoleh ijin menempelkan label halal pada produknya maka produk tersebut telah lulus uji dan layak dikonsumsi. Sebagian besar responden merasa puas setelah menggunakan produk kosmetik Wardah.

Meskipun kosmetik Wardah masih baru dalam dunia pasar tetapi Wardah tidak mau kalah dengan merek lain yang sudah ada terlebih dahulu. Salah satu cara yang dilakukan oleh Wardah untuk menarik perhatian konsumen adalah dengan memberikan keanekaragaman produk dan harga. Oleh karena itu, kosmetik Wardah semakin menarik minat dari mahasiswa Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Karena dengan adanya keanekaragaman dan variasi produk, mereka bisa memilih produk yang akan dibeli dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harga yang ditawarkan.

Merek Wardah sudah tidak asing lagi bagi mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung karena sebagian besar mereka menggunakan produk Wardah. Mereka beranggapan bahwa produk kosmetik Wardah memiliki kualitas yang baik. Adapun alasan mereka membeli kosmetik Wardah berdasarkan keinginan sendiri maupun saran dari teman atau keluarga. Setelah pertama membeli mereka memutuskan untuk membeli ulang karena manfaat yang diberikan oleh kosmetik Wardah sesuai dengan harapan mereka.

Dengan adanya pemahaman label halal yang dimiliki oleh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, keanekaragaman produk dan harga sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen serta citra merek yang sudah dikenal baik di semua kalangan. Maka dari itu secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh positif dan signifikan antara label halal, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.