

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Peneliti telah melakukan penelitian di wilayah Kabupaten Jombang dan telah menyebarkan angket berupa formulir pada google formulir secara online yang diisi oleh konsumen produk kosmetik Wardah di wilayah Kabupaten Jombang. Setelah itu peneliti mengolah data hasil jawaban dari responden menggunakan SPSS 25.0, dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel citra merk (X1) dan kualitas produk (X2), terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pengguna produk kosmetik Wardah di wilayah Kabupaten Jombang. Berdasarkan hasil analisis data, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **A. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Membeli Produk Kosmetik Wardah di Wilayah Kabupaten Jombang.**

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan dengan nilai positif terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah di wilayah Kabupaten Jombang.  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.  $H_1$  = Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk ksmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,232 > 1,98472) dan  $sig. < 0,05$  yaitu  $0,028 < 0,05$ . Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan citra merek, maka akan banyak juga peningkatan keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk wardah. Begitu juga sebaliknya, apabila citra merek mengalami penurunan, maka keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk wardah juga akan mengalami penurunan. Maka dapat disimpulkan bahwa produk yang mempunyai citra merek yang baik, yang mampu meningkatkan kesuksesan perusahaan. Maka ketika konsumen sudah percaya terhadap citra merek produk wardah, maka konsumen akan meningkatkan kepercayaan terhadap produk tersebut, sehingga berdampak pada keputusan pembelian mereka.

Namun hal tersebut juga harus disesuaikan ajaran islam bahwa setiap pelaku bisnis harus transparan dalam menginformasikan produk atau jasanya. Tidak hanya memuat kelebihan dan keunggulan produk atau jasanya dalam citra merek yang diciptakan tapi juga harus menginformasikan kelemahan atau dampak yang ditimbulkan bila ada. Hal ini bertujuan agar masyarakat atau konsumen mendapatkan informasi yang jelas dan benar akan produk atau jasa tersebut dan suatu saat tidak merasa tertipu atau dirugikan setelah melakukan pembelian. Kejujuran dapat juga diistilahkan dengan amanah (percaya) yaitu memelihara kepercayaan konsumen terhadap produk yang telah dihasilkan sebagaimana dijelaskan dalam surah An-Nisa ayat 58 :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ ﴾

إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. esungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”

(QS. An-Nisa : 58).

Dalam ayat tersebut dijelaskan adanya ketransparanan dan kejujuran setiap pelaku usaha untuk memelihara kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Selain itu, ada juga pedoman dalam membangun citra merek yang baik yang dimiliki oleh Rasulullah juga dijelaskan dalam Al Qur’an pada surat Al Qalam ayat 4:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: “dan sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang luhur.” (QS. Al-Qalam: 4)

Dimana dari pernyataan tersebut bisa diketahui bahwa citra merek pada produk kosmetik Wardah di Kabupaten Jombang telah sesuai dengan ajaran Islam. Yang mana selaras dengan pernyataan indikator kesesuaian harga dengan produk kualitas serta manfaat produk. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada item pernyataan pada variabel citra merek, sebagai berikut :

#### 1. Pernyataan ke 6

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 61 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 34 jawaban.

#### 2. Pernyataan ke 8

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 59 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 39 jawaban.

### 3. Pernyataan ke 10

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 67 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 30 jawaban.

### 4. Pernyataan ke 12

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 64 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 33 jawaban.

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua pernyataan di atas menunjukkan dengan jelas bahwa citra merek dari produk kosmetik Warda di Kabupaten Jombang memiliki citra yang baik dan sesuai dengan ajaran Islam bagi masyarakat-masyarakatnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Endriani pada tahun 2018 dengan judul skripsi “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Bandar Lampung). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini Perusahaan J&T Express menunjukkan juga bahwa telah sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam dilihat dari Kualitas Layanannya sudah menerapkan sifat-sifat yang dimiliki Nabi SAW yaitu Shiddiq, Amanah, Tablig, Fatanah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Dwi Endriani. *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Bandar Lampung)*. Lampung. (2018).

Selain itu hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Erdalina dan Susi Evanita 2015 yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merk Citra Hand and Body Lotion di Pariaman”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan televisi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana memiliki kesamaan pada penelitian ini yang membedakan yaitu hanya pada objek penelitian.<sup>2</sup>

Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dilla Mulyarizka pada tahun 2011 dengan judul skripsi “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Yaris Pada PT. Agung Automall Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menentukan keputusan pembelian mobil Toyota Yaris pada PT Agung Automall Pekanbaru dipengaruhi oleh citra merek (brand image) yaitu citra perusahaan, citra produk, dan citra konsumen dengan signifikan sebesar 5% didapat nilai Fhitung sebesar 31,911 lebih besar dari Ftabel yaitu sebesar 2,769. Pada penelitian ini citra perusahaan adalah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian mobil Toyota Yaris pada PT Agung Automall Pekanbaru yaitu dengan nilai regresi sebesar 1,104. Pada penelitian ini juga diperoleh nilai R Square sebesar 0,631 berarti bahwa sumbangan pengaruh citra perusahaan, citra produk, dan citra konsumen adalah sebesar 63% mempengaruhi keputusan pembelian mobil Toyota Yaris pada PT Agung Automall Pekanbaru.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Wahyu Erdalina dan Susi Evanita 2015 yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merk Citra Hand and Body Lotion di Pariaman, Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik, Vol.03 No.01, 2015.

<sup>3</sup> Dilla Mulyarizka. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Yaris Pada PT. Agung Automall Pekanbaru*. Pekanbaru. (2011).

B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Membeli Produk Kosmetik Wardah di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan dengan nilai positif terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik.  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.  $H_1$  = Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (7,413 > 1,98472) dan sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan dengan nilai positif terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah di wilayah Kabupaten Jombang. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk, maka akan banyak juga peningkatan keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk wardah. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas produk mengalami penurunan, maka keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk wardah juga akan mengalami penurunan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa kualitas produk menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dimana produk wardah mempunyai keunggulan di kualitas produk seperti produk yang mereka punya aman digunakan untuk berbagai jenis kulit dan diproduksi dengan standarisasi teknologi terbaik dan terjamin

bersertifikat halal MUI. Maka kualitas produk tersebut menjadi nilai tambah baik akan meningkatkannya keputusan pembelian.

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari para konsumen. Oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap bermutu baik. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-baqarah ayat 168 :

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu”.

(Q.S Al-Baqarah: 168).

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam ajaran islam setiap perusahaan pun diajarkan untuk menyediakan produk dengan mutu dan kualitas yang bagus dan halal untuk setiap konsumennya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka. Selain itu, ada juga dalam surat Asy-Syuraa ayat 181-183 memberikan pedoman kepada kita bahwa pentingnya menjaga kualitas produk yang kita jual yaitu dengan tidak memanipulasi atau merugikan pembeli dengan kecurangan yang kita buat. Sebagaimana firman Allah dalam surat Asy-Syu'araa ayat 181-183 :

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ ﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”. (QS. Asy-Syu’araa: 181-183).

Dimana dari pernyataan tersebut bisa diketahui bahwa kualitas produk pada produk kosmetik Wardah di Kabupaten Jombang telah sesuai dengan ajaran Islam. Yang mana selaras dengan pernyataan indikator kesesuaian harga dengan produk kualitas serta manfaat produk. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada item pernyataan pada variabel kualitas produk, sebagai berikut:

1. Pernyataan ke 6

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang Setuju sebanyak 61 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 34 jawaban.

2. Pernyataan ke 7

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 65 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 39 jawaban.

3. Pernyataan ke 8

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 59 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 39 jawaban.

4. Pernyataan ke 11



Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 69 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 27 jawaban.

5. Pernyataan ke 12

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 64 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 33 jawaban.

6. Pernyataan ke 13

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 71 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 22 jawaban.

7. Pernyataan ke 14

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 69 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 27 jawaban.

8. Pernyataan ke 15

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 61 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 36 jawaban.

9. Pernyataan ke 16

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 68 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 30 jawaban.

10. Pernyataan ke 17

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 59 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 35 jawaban.

11. Pernyataan ke 18

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 71 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 26 jawaban.

12. Pernyataan ke 19

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 68 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 24 jawaban.

13. Pernyataan ke 20

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 68 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 24 jawaban.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk kosmetik Wardah memiliki kualitas produk yang sesuai dengan ajaran Islam dan memiliki harga yang sesuai dengan

kualitasnya, produk kosmetik Wardah juga banyak memiliki varian yang banyak sehingga masyarakat di Kabupaten Jombang memiliki ketertarikan dan kecocokan yang tinggi.

Penelitian ini diperkuat dengan adanya penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Shiani Oktora tahun 2012 yang berjudul "Penelitian berjudul Pengaruh Personal Selling Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable keputusan pembelian dipengaruhi oleh variable personal selling, dan kualitas produk, menunjukkan bahwa semua variable personal selling, dan kualitas Purchasing Decision produk berpengaruh tinggi dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produknya yaitu Smartphone Samsung Galaxy.<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dapat ditarik kesimpulan yaitu semua hipotesis dalam penelitian ini diterima, yang berarti semua variabel dalam penelitian berpengaruh positif terhadap variabel lainnya.

#### C. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Membeli Produk Kosmetik Wardah di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada konsumen Wardah di wilayah Kabupaten Jombang yang merupakan responden, kemudian peneliti melakukan analisis data dari hasil penelitian yang dapat diketahui bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik wardah.  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.  $H_1$  =

---

<sup>4</sup> Shiani Oktora, *Pengaruh Personal Selling Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, (2012). hlm. 4-27

Terdapat pengaruh citra merk dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 108,742 dan Sig. sebesar 0,000. Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $108,742 > 2,69$ ) dan Sig.  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya, ada pengaruh yang signifikan antara citra merk dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk kosmetik Wardah pada konsumen di Wilayah Kabupaten Jombang.

Sehingga dapat diartikan semakin tinggi/baik Citra Merek dan Kualitas Produk maka tingkat konsumen dalam membeli produk wardah akan tinggi. Dan sebaliknya, semakin rendah/buruk Citra Merek dan Kualitas Produk maka tingkat konsumen dalam membeli produk wardah akan rendah/menurun. Karena konsumen yang akan melakukan pembelian akan memperhatikan kedua hal tersebut. Dalam hal ini Salah satu cara yang dilakukan oleh Wardah untuk menarik perhatian konsumen adalah dengan memberikan citra merek dan kualitas produk yang baik. Oleh karena itu, kosmetik Wardah menarik minat konsumen di wilayah Kabupaten Jombang untuk di beli. Karena dengan adanya citra merek dan kualitas produk yang tinggi, mereka bisa memilih produk yang akan dibeli dengan mempertimbangkan citra merek dan kualitas produk yang ditawarkan.

Melakukan perdagangan atau bisnis adalah suatu pekerjaan yang terhormat di dalam ajaran Islam, berkaitan dengan citra merk Nabi Muhammad sendiri adalah seorang perdagangan mancanegara yang sangat handal. Sejak usia muda reputasinya dalam dunia bisnis demikian bagus, sehingga beliau dikenal luas di Yaman, Syiria, Yordana, Iraq, Basrah dan kota-kota perdagangan lainnya di Jazirah Arab.

Hal ini karena Nabi Muhammad selalu mengutamakan kualitas dan citra produk yang dijualnya. Dari Mu'az bin Jabal, bahwa Rasulullah saw bersabda, "Sesungguhnya

sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji-muji barang dagangan, jika berhutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit” (H.R.Baihaqi dandikeluarkan oleh As-Ashbahani).

Cara untuk menjaga kepercayaan konsumen akan suatu merek adalah dengan tidak memanipulasi dan merugikan pembeli dengan berbagai macam kecurangan seperti mengurangi timbangan dan menipu. Karena ketika konsumen mengetahui kecurangan itu maka konsumen tidak akan lagi mau membeli produk yang kita miliki. Citra merek dalam Islam terdiri dari kejujuran dalam melakukan branding, menciptakan nama baik yang menunjukkan identitas dan kualitas, edukatif dalam hal ini adalah mengajak bukan memaksakan, rendah hati yaitu tidak menganggap merek mereka saat ini baik dan menuduh merek lain sangat buruk. Para pelaku usaha dalam islam diajarkan dalam memproduksi suatu barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna dan sebaik-baiknya karena Allah sendiri sudah menciptakan semua yang ada dilangit dan di bumi dengan kualitas yang sangat sempurna.<sup>5</sup>

Bila suatu produk telah dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik, produk tersebut juga harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna. 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.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Isnaini, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta:Prenadamedia Group, 5102), hlm.25.152

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kelvin L. Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm.

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. Dalam perspektif syariah segala aktifitas dalam kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) dan dalam pendayagunaan manfaatnya harus dilandasi atas sifat jujur, adil, terbuka, dan ikhlas sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad untuk bermuamalah secara islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam.

Adapun demikian Islam adalah agama yang sempurna, dimana Islam mengatur setiap hal dalam kehidupan manusia termasuk dalam hal konsumsi. Berikut beberapa prinsip konsumsi dalam islam:<sup>7</sup>

## 1. Prinsip syariah

### a. Memperhatikan tujuan konsumsi

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi ibadah dalam rangka mendapat ridha Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-An'am Ayat 162:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Katakanlah (Muhammad), “Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam.” (QS. Al-An'am: 162)

---

Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Erlangga (2012). hlm.93-99

b. Memperhatikan kaidah ilmiah

Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, dan memiliki manfaat tidak memiliki kemudharatan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.” (QS. Al-Baqarah:172)

c. Memperhatikan bentuk konsumsi

Dari konsep ini, fungsi konsumsi muslim berbeda dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum (maximum utility), terlepas dari keridhaan Allah atau tidak, karena pada hakekatnya teori konvensional tidak mengenal Tuhan.

2. Prinsip kuantitas

a. Sederhana, tidak bermewah-mewahan

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Maksudnya, berada di antara boros dan pelit. Kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah yang maha pengasih, seperti yang disebutkan dalam firman-Nya surat Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar.” (QS. Al-Furqon: 67)

b. Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi

Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu, salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Di mana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

3. Prinsip prioritas

Prioritas atau urutan konsumsi dalam mengalokasikan harta menurut syariat Islam, antara lain untuk nafkah diri, istri, lain dan saudara/kerabat, dan untuk memperjuangkan agama Allah SWT. Di antara karunia Allah SWT yang diberikan kepada hamba mukmin-Nya adalah karunia berupa harta dan adanya semangat untuk membelanjakan harta itu di jalan yang dibenarkan oleh syari“at. Di antara jalan yang dibenarkan syari“at adalah membelanjakan harta di jalan Allah SWT.

4. Prinsip moralitas



Perilaku konsumsi seorang muslim dalam berkonsumsi juga memerhatikan nilai prinsip moralitas, di mana mengandung arti ketika berkonsumsi terhadap suatu barang, maka dengan rangka menjaga martabat manusia yang mulia, berbeda dengan makhluk Allah lainnya, sehingga dalam berkonsumsi harus menjaga adab dan etika (tertib) yang disunahkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Dimana dari pernyataan tersebut bisa diketahui bahwa citra merek dan kualitas produk pada produk kosmetik Wardah di Kabupaten Jombang telah sesuai dengan ajaran Islam. Yang mana selaras dengan pernyataan indikator kesesuaian harga dengan produk kualitas serta manfaat produk. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada item pernyataan pada variabel keputusan pembelian, sebagai berikut :

1. Pernyataan ke 21

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 67 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 28 jawaban.

2. Pernyataan ke 22

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 64 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 29 jawaban.

3. Pernyataan ke 23

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 68 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 30 jawaban.

4. Pernyataan ke 24

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 58 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 37 jawaban.

5. Pernyataan ke 28

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 66 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 28 jawaban.

6. Pernyataan ke 29

Dapat disimpulkan bahwa dengan pernyataan ini dapat mengetahui jawaban yang tinggi, yaitu jawaban Setuju sebanyak 63 jawaban dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 32 jawaban.

Dapat diambil kesimpulan bahwa dari hasil di atas bahwa dengan adanya pengaruh yang baik dari citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan ajaran Islam sangat berpengaruh positif terhadap produk kosmetik Wardah itu sendiri di Kabupaten Jombang

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Rizan tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi banding konsumen indomie dan mie sedaap).”<sup>8</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen mie indomie dan mie sedaap.

Selain itu penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rizky Desti Wulandari dan Donant Alananto Iskandar tahun 2018 yang berjudul “

---

<sup>8</sup> Mohamad Rizan. *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi banding konsumen indomie dan mie sedaap)*. (2015)

Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik PT.Vitapharm Surabaya ”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa citra merk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana memiliki kesamaan pada penelitian ini yang membedakan yaitu hanya pada objek penelitian.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Rizky Desti Wulandari dan Donant Alananto Iskandar, *Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik PT.Vitapharm Surabaya*, Jurnal Riset dan Bisnis, No.03 Vol.01, 2018.