

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics*; 2) Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics*; 3) Pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics*. Pembahasan masing-masing tujuan tersebut disajikan sebagai berikut:

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Beauty Cosmetics*

Dari hasil perhitungan statistik yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan yang lebih rendah daripada alpha, yang artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics* pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong, yang menyatakan bahwa kualitas produk (*product quality*) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan⁷⁸. Jadi kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan

⁷⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*.....,hlm. 272

pembelian, karena semakin baik kualitas suatu produk maka akan meningkatkan minat para konsumen untuk membeli suatu produk. Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati, yang hasilnya variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian⁷⁹.

Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarno dan Utomo, yang hasilnya variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian⁸⁰. Menurutnya kualitas produk yang baik menjadi sebuah keharusan dalam menciptakan sebuah produk yang handal. Dengan kualitas produk yang semakin handal maka konsumen akan semakin yakin untuk membeli suatu produk.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti et al, yang hasilnya variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁸¹ Menurutnya dalam melakukan keputusan pembelian seorang konsumen tentunya akan melihat beberapa aspek yang terkandung pada produk tersebut baik dari segi kualitas maupun harganya. Hingga akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli produk yang ada, dan untuk menghindari ketidakpuasan pasca pembelian, seorang konsumen melakukan pertimbangan dengan beberapa tahap sebelum ia memutuskan untuk membeli

⁷⁹ Diah Ernawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandal Bandung", *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 No.1, 2019, hlm. 17-32

⁸⁰ Yuliana Sudarno dan Supri Wahyudi Utomo, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer MPM Motor Madiun", *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* Vol. 3 No.1, 2014, hlm. 1-18

⁸¹ Dewi Susanti, Satrijo Budi Wibowo, dan Juli Murwani, "Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit pada Industri Kerajinan Kulit "Figha" Magetan", *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol. 2 No. 2, 2013, hlm. 71-83

produk. Produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau akan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et al, serta Sriwardiningsih dan Bharata.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Iskandar, yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu sarana utama dalam pemasaran⁸². Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk dan jasa, oleh karena itu kualitas sangat erat hubungannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Nia Eka Rahmawati dan Agesti Wulandari mahasiswa FEBI Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung, mereka menyatakan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah, karena kualitas produk merupakan faktor terpenting dalam suatu produk, konsumen akan merasa lebih nyaman dan puas apabila kualitas produknya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen misalnya dari segi bahan/kandungannya aman serta tidak mengandung dari bahan yang berbahaya, sehingga menimbulkan kecocokan dan konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Apabila kualitas produk tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan enggan untuk melakukan pembelian ulang⁸³.

⁸² Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, Volume 3, Nomor 1, Tahun 2018, hlm. 11-18

⁸³ Wawancara dengan Nia Eka Rahmawati, dan Agesti Wulandari, mahasiswa ES FEBI IAIN Tulungagung, pada tanggal 24 Mei 2021, pukul 16.00 WIB.

B. Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Beauty Cosmetics*

Berdasarkan hasil perhitungan dari data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa variabel label halal memiliki nilai signifikan yang lebih rendah daripada alpha, yang artinya bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics* pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Sumarwan, yang menyatakan bahwa produk yang telah dinyatakan halal cenderung lebih aman dan terhindar dari kandungan zat berbahaya.⁸⁴ Halal merupakan suatu keamanan yang sangat mendasar untuk umat Islam. Konsumen Islam cenderung memilih produk yang halal untuk dikonsumsi sesuai dengan perintah Allah SWT yang menegaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 3 : “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi”. Memakan bukan hanya dimaksudkan memakan melalui mulut, akan tetapi juga melalui olahan dengan berbagai keperluan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Alim et al, yang hasilnya variabel persepsi label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸⁵ Menurutnya, Label halal menciptakan persepsi yang baik sehingga konsumen memutuskan untuk membeli produk

⁸⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 209

⁸⁵ Shilachul Alfinul Alim, M Kholid Mawardi dan Aniesa Samira Bafadhal, Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 62 No.1, September, 2018, hlm. 127-134

karena konsumen menganggap pencantuman label halal pada kemasan yang didalamnya terdapat indikator nilai keagamaan, keamanan, kekhususan, dan kesehatan yang mampu mendorong konsumen keputusan pembelian.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Bulan dan Rizal, yang menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁸⁶ Labelisasi halal merupakan label yang menginformasikan kepada konsumen bahwa produk yang berlabel halal tersebut benar-benar halal dan bahan-bahan dalam kandungannya tidak mengandung dari unsur yang diharamkan secara syariah sehingga aman jika dikonsumsi atau dijadikan sebagai bahan olahan produk.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Hayet, yang menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁸⁷ Menurutnya sangat penting untuk mempertimbangkan label halal dalam keputusan pembelian suatu produk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati et al, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸⁸ Selain itu penelitian ini juga

⁸⁶ Tengku Putri Lindung Bulan dan Muhammad Rizal, Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Volume 5, Nomor 1, Tahun 2016, hal. 430-439

⁸⁷ Hayet, "Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia)", *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 10 No 1, Tahun 2019, hlm. 21-38

⁸⁸ Ananya Larasati, Ikhwan Hamdani dan Santi Lisnawati, "Pengaruh Label Halal terhadap Produk Kecantikan", *Journal of Islamic Economics and Banking*, Volume 1, Tahun 2019, hlm. 48-64

didukung oleh Yunitasari, yang menunjukkan bahwa label halal memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk.⁸⁹

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian produk. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung yang menggunakan produk wardah yaitu Imelda Twistyan, Fauziyah Imamatul Afifah, dan Novita Cholifaturrosidah yang menyatakan bahwa dengan berlabel halal akan membuat konsumen yakin bahwa produk yang dipakainya aman karena saat ini banyak produk kosmetik abal-abal yang mengandung bahan-bahan yang sangat berbahaya untuk kulit.⁹⁰ Jika produk sudah berlabel halal sesuai dengan yang dikeluarkan oleh pihak berwenang sudah dapat dipastikan bahwa produk tersebut aman untuk kulit dan tidak perlu diragukan lagi untuk memakainya dalam jangka panjang.

C. Pengaruh Kualitas Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Beauty Cosmetics*

Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada uji simultan, signifikansi dari kedua variabel independen yang digunakan bernilai lebih rendah daripada alpha. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan label halal

⁸⁹ Vivi Yunitasari dan Moch. Khoirul Anwar, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Impor pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2, Nomor 1, Tahun 2019, hlm. 49-57

⁹⁰ Wawancara dengan Imelda Twistyan, Fauziyah Imamatul Afifah, dan Novita Cholifaturrosidah, mahasiswa ES FEBI IAIN Tulungagung, pada tanggal 24 Mei 2021, pukul 16.00 WIB.

memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Wardah *Beauty Cosmetics*. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kedua variabel independen saling berkaitan sehingga dapat mempengaruhi variabel dependen secara simultan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler, bahwa keputusan pembelian merupakan keputusan akhir baik perorangan maupun rumah tangga untuk membeli barang/jasa untuk dikonsumsi.⁹¹ Hal ini dibuktikan, ketika konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk mereka akan melihat dari segi kualitas produknya apakah produk tersebut benar-benar bagus, aman dan cocok untuk kulit mereka. Dan mayoritas penduduk di Indonesia ini beragama muslim mereka pasti akan mencari produk kosmetik yang halal, produk yang didalamnya tidak mengandung bahan yang haram. Dengan mempertimbangkan hal tersebut konsumen pasti akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk dan akan melakukan pembelian ulang dalam waktu yang jangka panjang. Peran dari keputusan pembelian ini sangatlah penting untuk perkembangan dan kemajuan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Linda Fapera, Siti Rida Farikhah, dan Dewi Alfiyah mahasiswa ES FEBI IAIN Tulungagung yang menggunakan produk Wardah *Beauty Cosmetics* bahwa keputusannya untuk membeli dan menggunakan produk Wardah didasari karena kualitas produk dari Wardah sesuai dengan apa yang mereka harapkan, juga terdapat label

⁹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*: Edisi Keempat....., hlm. 184

halal, komposisi kandungannya jelas dan merek ini sudah dikenal sejak lama.

Tidak akan diragukan lagi keamanan pemakaian produk Wardah ini.⁹²

⁹² Wawancara dengan Linda Fapera, Siti Rida Farikhah, dan Dewi Alfiyah, mahasiswa ES FEBI IAIN Tulungagung, pada tanggal 24 Mei 2021, pukul 16.00 WIB.