

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Kosmetik Wardah

PT Paragon Technology and Innovation (PTI) merupakan perusahaan yang memproduksi salah satu produk kosmetik halal yang kosmetik halal pertama yang ada di Indonesia yaitu Wardah. Kosmetik Wardah merupakan Indonesia karena memiliki sertifikat halal dari lembaga LPPOM MUI. Wardah menjadi pelopor kosmetik halal yang memiliki pasar besar dan tumbuh sangat cepat.⁵⁴ Wardah sudah membuka outlet di penjuru Indonesia bahkan ada pula outlet yang didirikan di Malaysia. Pada tahun 2013, Wardah sudah membuka 22.000 outlet di Indonesia dan di Malaysia.⁵⁵ Omzet yang diperoleh dari PT Paragon untuk produk Wardah telah mencapai 75% setiap tahunnya yang menjadikan kosmetik Wardah sebagai pemimpin pasar kosmetik halal di Indonesia.

Wardah telah memiliki lebih dari 200 macam item yang kesemuanya telah mendapat sertifikat halal.⁵⁶ Macam-macam item

⁵⁴ Yuswohady, *Marketing to the Middle Class Muslim*, (Jakarta: PT Gramedia, 2015), hlm. 72.

⁵⁵ Sri Agustina, “Pengaruh Brand Image, Trust, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah”, *Simki-Ekonic*. Vol. 02, No. 02, Tahun 2018, ISSN: 2599-0748.

⁵⁶ LPPOM MUI, Menyoal Iklan Produk Halal, dalam http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil_page/48/2271, diakses tanggal 15 Desember 2018

kosmetik Wardah antara lain bedak, lipstik, *foundation*, *eyeliner*, pensil alis, BB cream, *lip gloss*, maskara, *blush on*, dan lain-lain. Produk-produk tersebut memiliki daya tarik sendiri sehingga pilihan konsumen menjadi berbeda-beda. Berdasarkan Top Brand Award pada tahun 2018, beberapa jenis produk Wardah menjadi top brand dan menduduki tingkat pertama dibandingkan merek kosmetik lain. Oleh karena itu kosmetik Wardah masuk dalam daftar beberapa merek kosmetik asli Indonesia yang menjadi pilihan favorit konsumen.

Produk kosmetik Wardah memiliki tiga prinsip utama yaitu pure and safe, beauty expert, dan inspiring beauty. Wardah merupakan salah satu brand kecantikan yang memperhatikan dan mengerti keinginan setiap perempuan agar selalu memiliki perasaan nyaman dengan penampilannya. Mereka mencintai keindahan dan menghargai setiap perempuan dengan berbagi pengalaman yang baik melalui produk yang halal dan aman. Wardah memberikan pemahaman baru bahwa cara hidup halal dan produk kecantikan mampu berpadu secara elegan. Wardah memberikan inspirasi setiap perempuan agar mencintai diri mereka. Wardah mempercayai bahwa kecantikan adalah cahaya hati yang terpancar dari dalam, Inspiring Beauty.⁵⁷

⁵⁷ Wardah, Brand, dalam <https://www.paragon-innovation.com/brands> , diakses tanggal 15 Desember 2018

2. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau biasa disebut dengan FEBI adalah salah satu fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam didirikan pada tahun 2013 bersamaan dengan alih statusnya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Di tahun 2021, IAIN Tulungagung sudah berkembang menjadi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai tujuh jurusan, yaitu:

- a. Perbankan Syariah
- b. Ekonomi Syariah
- c. Akuntansi Syariah
- d. Manajemen Bisnis Syariah
- e. Manajemen Keuangan Syariah
- f. Manajemen Zakat Wakaf
- g. Pariwisata Syariah.

B. Temuan Penelitian

1. Penggunaan Label Halal pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.

Setelah melakukan penelitian di lapangan terhadap 30 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung,

maka dapat disajikan data mengenai persepsi dari mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung tentang label halal pada kosmetik. Dari beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung.

Peneliti menemukan bahwa mayoritas para mahasiswi lebih mengutamakan melakukan pembelian kosmetik yang mempunyai label halal. Seperti pendapat dari Saudari Arum Puspitasari:

“Ya, simpel saja karena saya orang islam maka dalam hal apapun itu termasuk kosmetik, saya akan mengutamakan yang sudah berlabel halal. Selain daripada itu label halal pada produk ini mungkin mengindikasikan bahwa produk tersebut baik untuk digunakan.”⁵⁸

Dan juga pendapat dari Saudari Betha Retno Hermawati :

“ Karena umat muslim dilarang oleh agama untuk menggunakan bahan-bahan yang mengandung unsur haram nya, tentu saja saya lebih merasa aman apabila menggunakan suatu produk yang sudah jelas dan berlogo halal”⁵⁹

Demi mendapatkan produk yang terpercaya dan aman, seseorang beranggapan bahwa pencantuman label halal merupakan sesuatu hal yang utama, terlebih bagi seorang muslim. Hal ini menunjukkan sikap konsumen muslim yang berpikir kritis dengan memperhatikan label halal pada kemasan kosmetik. Hal ini sesuai dengan agumen yang dikemukakan Saudari Cindy Vira Amelia, bahwa:

“Iya, karena penting bagi saya untuk melihat halal atau haramnya sebuah produk, terutama kandungannya/ingredient. Karena

⁵⁸ Wawancara dengan Saudari Arum Puspitasari , selaku mahasiswi kelas MBS 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022.

⁵⁹Wawancara dengan Saudari Betha Retno Hermawati, selaku mahasiswi PS 8E UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa 19 April 2022.

kosmetik kan kita pakai tentu menempel di wajah maupun bagian tubuh kita yang lain dan tentunya berpengaruh terhadap syarat sahnya shalat, yaitu suci dari segala najis.”⁶⁰

Hal ini diperkuat dengan jawaban yang dikemukakan Saudari Annisa Lintang Pratiwi, dia berpendapat bahwa:

“Untuk mengantisipasi keamanan pada muka akibat dari produk yg dipakai, selain itu juga karena muslim memang harus memperhatikan apa yg dipakai agar tidak mengganggu wudhu dsb.”⁶¹

Dan juga di perkuat dengan jawaban lain dari Saudari Silviana Nurita Febriani yang berpendapat bahwa :

“Sebagai Wanita yang harus teliti dalam memakai suatu produk apalagi digunakan di muka, yang bisa berakibat fatal apabila menggunakan bahan bahan yang aneh, maka lebih setuju memakai produk yang aman dan jelas kehalalannya.”⁶²

Maka dari itu, banyak mahasiswi yang memutuskan untuk lebih memilih merek kosmetik yang belogo halal, seperti misalnya saja produk kosmetik Wardah. Karena dengan disertainya logo halal, memberikan artian bahwa produk tersebut lebih aman dan minim resiko dengan bahan atau kandungan yang dimiliki dalam produk kosmetik yang mereka beli. Terlebih, produk kosmetik Wardah menyediakan berbagai macam varian produk kosmetik yang dibutuhkan oleh kebanyakan wanita.

⁶⁰ Wawancara dengan Saudari Cindy Vira Amelia, selaku mahasiswi kelas MBS 8B UIN SATU Tulungagung pada hari Minggu tanggal 23 Januari 2022.

⁶¹ Wawancara dengan Saudari Annisa Lintang Pratiwi, selaku mahasiswi kelas MBS 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022.

⁶² Wawancara dengan Saudari Silviana Nurita Febriani, selaku mahasiswi kelas PS E UIN SATU TULUNGAGUNG, pada hari Selasa Tanggal 19 April 2022.

Namun tidak semua mahasiswi memilih produk kosmetik yang memiliki label halal, ada juga yang mengesampingkan logo halal dan lebih memilih produk kosmetik yang cocok dengannya. Seperti hasil wawancara saudari Veronica Intan Bracillia, bahwa:

“Saya tidak terlalu mengutamakan produk kosmetik yang berlogo halal, yang terpenting adalah produk itu cocok untuk saya dan sudah BPOM.”⁶³

Jawaban ini juga mirip dengan jawaban saudari Santika Linda Hastuti bahwa:

“Tidak selalu yang berlogo halal, tapi lebih aman dan tenang apabila ada logo halal di produk kosmetik yang saya gunakan.”⁶⁴

Dilihat dari jawaban saudari Veronica dan Santika, bahwa mereka berdua tidak serta merta memilih produk yang memiliki logo halal, namun minimal sudah memiliki sertifikat BPOM. Asalkan produk kosmetik tersebut cocok dengan kulit saudari Veronica dan Santika. Dengan adanya sertifikat BPOM, bahan-bahan yang digunakan dalam suatu produk kosmetik tersebut jelas pasti sudah aman, karena sudah lolos uji dari BPOM, walaupun belum tentu di olah menggunakan bahan-bahan yang halal.

Disamping itu, varian produk kosmetik Wardah rata-rata memiliki harga yang terjangkau bagi masyarakat umum. Hal ini menjadikan produk kosmetik Wardah menjadi salah satu produk yang banyak

⁶³ Wawancara dengan Saudari Veronica Intan Bracillia, selaku mahasiswi kelas MBS 8D UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 18 Januari 2022

⁶⁴ Wawancara dengan Saudari Santika Linda Hastuti, selaku mahasiswi kelas MBS 8E UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022

digunakan oleh kebanyakan perempuan, seperti pendapat dari Saudari

Adisa Zahwa Salsabillia:

“Produk kosmetik Wardah menurut saya memiliki harga yg terjangkau dengan kualitas yg cukup bagus, serta banyak pilihannya. Jadi wardah sangat cocok untuk kantong pelajar seperti saya.”⁶⁵

Namun ada juga mahasiswi FEBI UIN SATU Tulungagung yang memiliki pendapat lain, dia akan membeli produk lain jikalau ada produk kosmetik yang memiliki manfaat dan kegunaan yang sama dan memiliki harga yang lebih murah. Seperti jawaban dari saudari Laili

Fadhilah, bahwa:

“Saya juga menggunakan produk lainnya, selagi kandungan dan manfaatnya sama, minimal tidak jauh berbeda, saya akan lebih memilih dengan harga yang lebih murah.”⁶⁶

Pendapat dari saudari Laili juga diperkuat oleh jawaban saudari

Cindy Vira Amelia yang menyatakan bahwa:

“Tidak juga, tergantung dengan kondisi finansial saat itu. Kalau ada produk yang lebih murah, saya akan lebih memilih yang lebih murah.”⁶⁷

Dilain itu, dengan sudah bersertifikatnya merek Wardah, kebanyakan masyarakat cenderung percaya akan segala jenis produk kosmetik kecantikan yang dikeluarkan oleh merek kosmetik Wadah.

Seperti pendapat dari saudari Ayu Oktavi Magdalena, bahwa:

“Kualitas brand wardah sudah terbukti dengan banyak review nya yang tentu saja baik, lalu brand wardah juga sudah mengantongi

⁶⁵ Wawancara dengan Saudari Adisa Zahwa Salsabillia, selaku mahasiswi kelas MBS 6H UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022.

⁶⁶ Wawancara dengan Saudari Laili Fadhilah, selaku mahasiswi kelas MBS 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 18 Januari 2022

⁶⁷ Wawancara dengan Saudari Cindy Vira Amelia, selaku mahasiswi kelas MBS 8B UIN SATU Tulungagung pada hari Minggu tanggal 23 Januari 2022

logo halal dari MUI jadi kami sebagai konsumen lebih yakin untuk memilih brand tersebut.”⁶⁸

Dengan adanya bukti bersertifikatnya suatu produk akan lebih meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut aman dan bisa dipercaya, terlebih ini menyangkut dengan aspek kecantikan dan wajah, yang notabennya menjadi hal yang sangat harus hati-hati dalam memilih suatu produk kecantikan.

2. Penggunaan Brand Ambassador dengan Karakter Cantik dan Inspiratif pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.

Mayoritas mahasiswi FEBI mengenal brand kosmetik Wardah dari sosial media, seperti tv, iklan, dan Instagram. Namun banyak juga yang mulai mengenal brand kosmetik Wardah dari teman sekolah maupun dari keluarga dekat mereka. Dengan adanya promosi dari banyak media, brand kosmetik Wardah bisa lebih dikenal oleh anak-anak muda dan masyarakat luas. Bahkan, brand kosmetik Wardah menjadi brand yang familiar di telinga masyarakat luas.

Dari kesuksesan ini, tentu brand kosmetik Wardah tidak terlepas dari peran seorang *reviewer* atau *Brand Ambassador*. Seorang *Brand Ambassador* memiliki peran penting dimata masyarakat, terlebih di era digital ini yang serba melalui media sosial. Selain sebagai media pemasaran, seorang *brand ambassador* akan menjadi gambaran atau

⁶⁸ Wawancara dengan Saudari Ayu Oktavi Magdalena, selaku mahasiswi kelas MBS 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022.

contoh bagi masyarakat akan hasil atau efek yang akan diterima oleh konsumen akan penggunaan varian kosmetik dari brand Wardah.

Seperti pendapat dari saudari Marsanti:

“Brand Ambassador berperan penting dalam peningkatan promosi sebuah brand, dengan pemilihan *brand ambassador* yang tepat akan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut.”⁶⁹

Pendapat dari Saudari Marsanti diperkuat lagi dengan pendapat dari saudari Angling Leoyusan :

“Selebriti yang ditunjuk sebagai brand ambassador, akan menarik minat calon pembeli, apalagi brand ambasadornya artis terkenal dan memiliki paras yang cantik”⁷⁰

Dari pendapat saudari Marsanti dan Angling diatas, dapat disimpulkan bahwa peran *brand ambassador* sangatlah penting untuk meningkatkan kegiatan pemasaran suatu produk. Dengan memilih seorang *brand ambassador* yang tepat, akan menjadikan kegiatan promosi yang dilakukan berpeluang besar dalam kegiatan pemasaran produk kosmetik Wardah. Hal ini diperkuat dengan jawaban dari saudari Indri Febriana:

“Menurut saya brand ambassador sangat penting bagi produk wardah, karena dengan adanya brand ambassador dapat meningkatkan penjualan produk wardah yang di iklankan atau di perjualkan di berbagai media.”⁷¹

⁶⁹ Wawancara dengan Saudari Marsanti, selaku mahasiswi kelas MBS 8D UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022.

⁷⁰Wawancara dengan Saudari Angling Leoyusan, selaku mahasiswi kelas PS 8E UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 19 April 2022.

⁷¹ Wawancara dengan Saudari Indri Febriana, selaku mahasiswi kelas MBS 8D UIN SATU Tulungagung pada hari Jum'at tanggal 21 Januari 2022.

Lain dari pada itu, berbeda dari pendapat saudri Indri, jawaban saudari Cucuk Cahyati dalam wawancara yang dilakukan peneliti, bahwa:

“Tidak juga, saya memilih produk yang cocok untuk diri saya.”⁷²

Dia berpendapat bahwa dengan adanya brand ambassador tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk kosmetiknya. Hal ini beralasan karena belum tentu produk yang dipromosikan cocok dengan kulit saudari Cucuk. Begitu pula pendapat dari saudari Putri Ayu Pujining Tyas, bahwa:

“Tidak tentu, karena tergantung cocok tidaknya suatu produk itu ke diri kita.”⁷³

Selanjutnya, seorang *brand ambassador* tidak hanya diuntut untuk memiliki paras yang cantik, terlebih tugasnya adalah mempromosikan produk kecantikan. Namun juga sifat dan memiliki inspiratif yang tinggi juga akan menjadi suatu dorongan yang besar bagi masyarakat untuk melakukan pembelian dari suatu produk kosmetik. Paras yang cantik dan juga sifat inspiratif menjadi suatu daya tarik yang besar dalam sisi promosi. Sesuai ungkapan dari saudari Bunga Wulandari:

“Ya, sebab dengan citra *brand ambassador* tersebut meningkatkan tingkat ketertarikan terhadap produk serta akan membentuk citra produk dimata konsumen.”⁷⁴

⁷² Wawancara dengan Saudari Cucuk Cahyati, selaku mahasiswi kelas MBS 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022

⁷³ Wawancara dengan Saudari Putri Ayu Pujining Tyas, selaku mahasiswi kelas MBS 8B UIN SATU Tulungagung pada hari Rabu tanggal 24 Januari 2022

⁷⁴ Wawancara dengan Saudari Bunga Wulandari, selaku mahasiswi kelas MBS 8H UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 23 Januari 2022.

Pada penjelasan saudari Bunga Wulandari, peran seorang *brand ambassador* sangatlah berpengaruh bagi kegiatan promosi. Adanya *brand ambassador* akan meningkatkan ketertarikan masyarakat akan produk yang sedang di promosikan, serta membentuk citra tersendiri pada diri konsumen. Hal ini juga diperkuat oleh saudari Indri Febriana dan Nurrin , dia mengungkapkan bahwa:

“Iya, karena *brand ambassador* menurut saya sangat berpengaruh terhadap produk yang di iklankan, Apalagi yang menjadi *brand ambassador* seorang artis yang di idolakan, maka secara tidak langsung sebagai konsumen yang melihatnya ingin mencoba produk yang telah di iklankan tersebut.”⁷⁵

Dan juga di perkuat lagi dari saudari Nurin Hidayaturrofiq bahwa ;

“Iya, karena jika *brand ambassador* nya artis cantik saya juga akan tersugesti ingin membeli produk yang dipakai oleh artis tersebut”.⁷⁶

Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan seorang *brand ambassador* yang cantik, serta memiliki inspiratif yang tinggi, seperti misalnya seorang artis atau idol, akan memunculkan dampak yang sangat besar atas keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

3. Pertimbangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam Membeli Produk Kosmetik.

Dari wawancara yang peneliti lakukan dengan menggunakan media *google form*, alasan dan latar belakang mahasiswi dalam memilih dan

⁷⁵ Wawancara dengan Saudari Indri Febriana, selaku mahasiswi kelas MBS 8D UIN SATU Tulungagung pada hari Jum'at tanggal 21 Januari 2022.

⁷⁶ Wawancara dengan Saudari Nurin Hidayaturrofiq, selaku mahasiswi kelas ES 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 19 April 2022.

membeli produk kosmetik berbeda antara satu dengan yang lainnya. Problem dan kondisi mereka menyebabkan perbedaan alasan dalam memilih dan membeli suatu produk kosmetik. Dalam pembelian produk kosmetik, kebanyakan mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah lebih mengutamakan produk kosmetik yang mempunyai logo halal dan harga yang cenderung terjangkau bagi kalangan mahasiswa. Juga lebih memilih produk yang sudah memiliki sertifikat BPOM dan beberapa kondisi lainnya. Namun di samping itu juga, kulit ataupun anggota tubuh seseorang tidak serta merta akan dengan mudah cocok dengan satu produk tertentu. Sebab ada kalanya jika kulit tidak cocok akan suatu produk, akan memunculkan kondisi alergi atau kondisi efek samping saat salah dalam memilih produk. Hal ini seperti jawaban wawancara dari saudari Anisa Nurul Santy dan Sadiyatul Fitri, bahwa:

“Karena, setiap orang memiliki kecocokan terhadap skincare atau kosmetik sendiri-sendiri. Dan saya membeli produk wardah karena ada yang cocok dari brand tersebut jika saya pakai”⁷⁷

Dan diperkuat dengan jawaban dari Sadiyatul Fitri ;

“ Menggunakan Wardah karena bahan kandungannya sudah cocok di kulit, karena biasanya kulit itu cocok cocok an saat menggunakan produk, tergantung jenis kulitnya.”⁷⁸

Hal yang menjadi faktor utama dalam membeli produk kosmetik berbeda bagi setiap individunya. Dari pendapat saudari Anisa Nurul

⁷⁷ Wawancara dengan Saudari Anisa Nurul Santy, selaku mahasiswi kelas MBS 6G UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 18 Januari 2022.

⁷⁸ Wawancara dengan Saudari Sadiyatul Fitri, selaku mahasiswi kelas AKS A UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 19 April 2022.

Santy dan Sadiyah Fitri diatas menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk kosmetik yang dia lakukan lebih mementingkan kecocokan terhadap kulit saudari Anisa dan Sadiyah. Asalkan cocok dan tidak menimbulkan efek samping, saudari Anisa dan Sadiyah akan lebih memilih produk tersebut dari pada produk lain yang belum tentu cocok dengan kulit saudari Anisa dan Sadiyah. Hal ini juga sesuai dengan pendapat saudari Veronica Intan Bracillia dan Nurhafidzah Quraniyah , bahwa Veronica berpendapat :

“Kembali lagi alasan utama saya membeli suatu produk yaitu karena kulit saya cocok dengan produk tsb dan produk tersebut sesuai dengan apa yang kulit saja butuhkan, karena tidak semua kulit akan cocok dengan suatu brand atau produk apapun itu pastinya ada yang cocok dan tidak, jadi pandai-pandai kita sebagai perempuan memilih suatu produk sesuai kulit kita.”⁷⁹

Pendapat dari saudari Veronica juga sama dengan pendapat Nurhafidzah, Saudari Nurhafidzah berpendapat bahwa :

“ Alasan membeli produk apabila kulit saya bisa menerima produk tersebut artinya bahan dan kandungannya cocok dengan kulit yang saya butuhkan, karena tidak semua produk bisa diterima di kulit pemakai”⁸⁰

Selain dari sisi kecocokan, juga faktor komposisi suatu produk yang terkandung dalam produk tersebut, juga akan mempengaruhi minat konsumen ketika memilih suatu produk. Karena tidak semua jenis kosmetik memiliki bahan baku yang sama dalam pembuatannya, setiap merek dan jenis kosmetik memiliki penggunaan dan mengatasi suatu

⁷⁹ Wawancara dengan Saudari Veronica Intan Bracillia, selaku mahasiswi kelas MBS 8D UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa tanggal 18 Januari 2022.

⁸⁰ Wawancara dengan Saudari Nurhafidzah Quraniyah, selaku mahasiswi kelas ES E UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa 19 April 2022.

masalah yang berbeda. Bahkan dalam satu merek yang sama, akan ada beberapa jenis varian produk kosmetik guna memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan kondisi dari konsumen. Kalau saja seorang konsumen salah dalam memilih jenis dan tipe suatu kosmetik untuk permasalahan dan kondisi kulitnya, bukan malah mengatasi masalah yang dia hadapi, malah hanya akan memperburuk keadaan dan kondisi kulitnya. Seperti ungkapan saudari Annisa Lintang Pratiwi dan Ida Ayuningtyas, Saudari Anisa menerangkan bahwa:

“Komposisinya bagus dan cocok tidaknya di wajah menjadi pertimbangan dalam membeli.”⁸¹

Mirip dengan argument dari Saudari Ida, bahwa :

“Bahan bahan yang terkandung di dalam produk itu cocok tidaknya di wajah dan bisa tidaknya diterima di kulit saya menjadi pertimbangan saat akan membeli”⁸²

Belum tentu suatu kosmetik yang memiliki bahan dan komposisi yang bagus akan memiliki izin BPOM. Produk kosmetik yang aman dan lulus uji BPOM kemungkinan besar akan aman untuk dikonsumsi dan digunakan untuk konsumen. Dengan adanya sertifikat BPOM ini akan mengindikasikan bahwa bahan dan komposisi yang digunakan dalam suatu produk kosmetik adalah bahan-bahan yang aman bagi kulit. Hal ini sesuai dengan ungkapan saudari Intan Novalia Putri, bahwa:

“Saya menggunakan produk wardah karena dari bahannya dan komposisinya sudah terjamin halal dan yang pastinya sudah BPOM

⁸¹ Wawancara dengan Saudari Annisa Lintang Pratiwi, selaku mahasiswa kelas MBS 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022.

⁸² Wawancara dengan Saudari Ida Ayuningtyas, selaku mahasiswa AKS C UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa 19 April 2022.

jadi saat memakai sudah tidak perlu khawatir lagi, insyaAllah terhindar dari bahan bahan berbahaya’⁸³

Jawaban tersebut juga didukung oleh jawaban yang diutarakan oleh saudari Putri Vella Meliyanti, bahwa:

“Mungkin kalau kulit serasa *breakout* gitu, saya akan membeli produk yang cocok dengan kulit saya, yang terpenting sudah BPOM”⁸⁴

Efek dan kondisi yang dihasilkan setelah proses pemakaian produk kosmetik juga menjadi salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi mahasiswa jurusan MBS UIN SATU Tulungagung dalam memilih suatu produk kosmetik. Bagi orang awam, umumnya informasi tentang kelebihan dan manfaat suatu produk kosmetik ini bisa di dapat dari *review* seorang idola mereka atau promotor atau juga dari penjelasan teman dekat atau juga bisa dari keluarga. Seperti ungkapan saudari Shelyda, bahwa:

“Dengan adanya dampak positif yang saya rasakan dari pemakaian produk kosmetik tadi, makanya selalu *repurchase* produk wardah.”⁸⁵

Dari jawaban saudari Shelyda di atas, seseorang akan lebih memilih produk yang sudah benar-benar memunculkan efek yang bagus dalam pemakaiannya. Jika suatu produk telah cocok dengan kondisi yang seseorang alami, maka seseorang akan lebih memilih membeli produk

⁸³ Wawancara dengan Saudari Intan Novalia Putro, selaku mahasiswa kelas PS 8E UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa 19 April 2022.

⁸⁴ Wawancara dengan Saudari Putri Vella Meliyanti, selaku mahasiswa kelas MBS 8B UIN SATU Tulungagung pada hari Senin tanggal 24 Januari 2022

⁸⁵ Wawancara dengan Saudari Shelyda, selaku mahasiswa kelas MBS 6I UIN SATU Tulungagung pada hari Sabtu tanggal 22 Januari 2022.

kosmetik tersebut dari pada harus mencoba produk yang lainnya. Hal tersebut juga di ungkapkan oleh saudari Ayu Oktavi Madalena, bahwa:

“Iya, biasanya kalau sudah cocok dan saya merasakan efek positif karena pemakaian suatu produk kosmetik, maka saya putuskan untuk melakukan *re-purchasing*.”⁸⁶

Faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan seseorang dalam melakukan pembelian kosmetik adalah dari segi harganya. Sebagian narasumber menjawab bahwa faktor yang mempengaruhi mereka untuk membeli produk kosmetik dengan brand yang lain adalah dari segi harganya. Seperti yang jawaban dari saudari Leni Rofatul Illah, bahwa:

“Harga lebih terjangkau tapi mempunyai kualitas juga bagus sesuai dengan harganya.”⁸⁷

Jawaban dari saudari Niki Mukti menjelaskan bahwa lebih memilih membeli produk kosmetik Wardah karena memiliki harga yang relatif murah dan memiliki kualitas produk yang bagus. Seperti halnya juga pendapat dari saudari Happy Novasila Maharani, bahwa:

“Produk kosmetik Wardah memiliki harga murah terjangkau dan yang pasti halal dan BPOM udah ada izin.”⁸⁸

Dari kedua jawaban di atas, asalkan dirasa memiliki izin BPOM dan kualitas yang bagus serta diiringi dengan harga yang relatif murah,

⁸⁶ Wawancara dengan Saudari Ayu Oktavi Magdalena, selaku mahasiswi kelas MBS 8A UIN SATU Tulungagung pada hari Minggu tanggal 23 Januari 2022.

⁸⁷ Wawancara dengan Saudari Lenu Rofatul Illah, selaku mahasiswi kelas ES 8D UIN SATU Tulungagung pada hari Selasa 19 April 2022.

⁸⁸ Wawancara dengan Saudari Happy Novasila Maharani, selaku mahasiswi kelas MBS 6D UIN SATU Tulungagung pada hari Minggu tanggal 23 Januari 2022

seseorang akan senang hati untuk lebih memilih membeli produk tersebut dari pada membeli produk yang sama-sama memiliki izin dan kualitas yang sama, namun memiliki harga yang relatif mahal.

C. Temuan Penelitian

1. Dampak Penggunaan Label Halal pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.

Dampak penggunaan logo halal sangatlah besar, terutama dengan kondisi masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah beragama islam atau seorang muslim. Membuat para wanita lebih memilih produk kosmetik yang memiliki logo halal yang sudah jelas mendapat izin BPOM dan terbuat dari bahan-bahan yang alami serta halal untuk digunakan bagi tubuh mereka. Karena bagi seorang muslim, tidak hanya wajib untuk memilih produk yang mempunyai kualitas bagus dan bersertifikat BPOM saja, namun lebih baik dan wajib untuk menggunakan dan mengkonsumsi produk yang memiliki sertifikat halal.

Banyak produk kosmetik yang menggunakan logo halal dan diolah menggunakan bahan alami. Namun dalam memilih produk kosmetik, seseorang diharuskan untuk hati-hati dan teliti, karena banyak juga produk kosmetik yang mencantumkan logo halal dalam kemasannya, tetapi malah menyalah gunakan logo halal dan menggunakan bahan-bahan yang mempunyai efek negatif bagi kulit seperti ruam merah bahkan sampai luka bakar dan sebagainya. Sangat penting memilih produk yang sudah memiliki izin BPOM, namun juga alangkah baiknya

untuk seseorang lebih memilih produk yang sudah berlogo halal untuk lebih memastikan bahwa produk tersebut aman untuk digunakan maupun dikonsumsi.

Banyak sekali produk kosmetik yang beredar di Indonesia yang sudah memiliki logo halal, seperti misalnya Pixy, Implora, Empina, ElsheSkin, Avoskin, Mineral Botanica, dan lain sebagainya. Satu diantara banyak brand yang memiliki produk yang berlogo halal adalah brand kosmetik Wardah, terlebih merupakan salah satu dari brand lokal. Bagi perempuan Indonesia, brand ini cukup terkenal dan familiar di telinga masyarakat Indonesia. Terlebih brand ini menyediakan banyak varian dan macam produk kosmetik bagi kecantikan. Disamping sudah memiliki logo halal yang telah disertifikasi oleh MUI, kebanyakan produk kosmetik Wardah cocok untuk kulit konsumen, terlebih dari mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung dengan rata-rata mempunyai jawaban positif akan produk Wardah. Disamping nyaman dipakai, juga memiliki kualitas produk yang bagus dan tahan lama, ringan dipakai, nyaman, serta memiliki harga yang cukup terjangkau bagi konsumen dan kalangan mahasiswa.

Dengan produk yang sudah mempunyai sertifikat BPOM akan kehalalan bahan yang digunakan, serta kelebihan-kelebihan yang disediakan oleh Wardah, membuat banyak sekali kaum perempuan yang menggunakan varian produk kosmetik dari Wardah. Dari hasil jawaban wawancara mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung, hampir semua

menggunakan dan mengkonsumsi produk kosmetik Wardah, karena tidak hanya halal, juga mempunyai sisi positif yang banyak sekali.

2. Dampak Adanya Brand Ambassador dengan Karakter Cantik dan Inspiratif pada Brand Kosmetik Wardah terhadap Keputusan Pembelian.

Dengan disertai logo halal dan bersertifikat BPOM, tidak cukup bagi brand produk kosmetik untuk bisa tetap memegang erat para konsumennya. Butuh kegiatan promosi sebagai upaya dalam memperkenalkan produk kepada khalayak ramai, yang akan memberikan kesan kuat kepada konsumen akan produk kosmetik Wardah. Dalam kegiatan promosi yang dilakukan juga, tidak asal hanya sekedar melakukan promosi secara langsung, namun juga penting untuk melakukan promosi di media sosial dengan memilih dan menggunakan peran idol untuk menjadi seorang *Brand Ambassador* ataupun seorang *reviewer*. Dengan adanya peran mereka, seorang idol yang dipilih menjadi *brand ambassador* akan memperkenalkan kelebihan dan manfaat produk kosmetik Wardah kepada *follower* mereka bahkan kepada masyarakat secara umum.

Disamping harus mahir dan memiliki mental yang kuat dalam proses promosi, hal yang harus dimiliki seorang *brand ambassador* atau seorang *promotor* produk kosmetik adalah memiliki paras yang cantik, atau kaum milenial biasa menyebutnya dengan sebutan *goodlooking*. Hal ini penting karena mereka akan memperkenalkan keunggulan suatu

produk kosmetik, yang notabennya akan mempercantik seseorang. Ini menyangkut tentang suatu perubahan apa yang akan ditimbulkan dari efek pemakaian produk kosmetik tersebut. Maka harus memunculkan kesan kepada khayalak ramai bahwa setelah memakai produk kosmetik tersebut akan terjadi perubahan atau efek positif serta memberi kesan mempercantik seseorang, dengan sebagai gambaran seorang *brand ambassador* atau *reviewer* yang memiliki paras cantik tersebut. Jadi khalayak umum akan berpikir bahwa kondisi cantiknya *brand ambassador* tersebut muncul karena penggunaan brand kosmetik tersebut.

Tidak cukup itu saja, seorang *brand ambassador* juga harus komunikatif dan inspiratif dalam menarik perhatian dari orang-orang. Penyampaian dan cara bicara yang nyaman di dengar akan membuat masyarakat yang melihat melalui media sosial menjadi tertarik dan mau meluangkan waktunya untuk mendengarkan dan melihat sejenak terhadap suatu kegiatan promosi yang seorang *brand ambassador* atau promotor telah tampilkan. Dalam kegiatan promosinya pun, seorang *brand ambassador* juga harus memikirkan berbagai skema cara untuk memperkenalkan produk tersebut. Dengan majunya era digital saat ini, serta banyak sekali media yang bisa digunakan untuk kegiatan promosi, mengahruskan seorang *brand ambassador* atau seorang promotor untuk lebih kreatif dalam membuat video atau memperkenalkan produk tersebut kepada *follower* mereka, bahkan juga kepada khalayak umum.

Karena kalau setiap kali promosi menggunakan cara yang sama atau monoton, masyarakat akan merasa jenuh dan malah lebih memilih *men-skip* untuk tidak melihat kegiatan promosi yang mereka lakukan.

3. Hal yang menjadi Pertimbangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam Membeli Produk Kosmetik.

Banyak sekali faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih suatu produk kosmetik. Karena ada dua sisi yang akan harus di hadapi setelah menggunakannya. Segi positif yang dimana akan membuat perempuan bertambah cantik dan sehat dari segi kulit, juga segi negatif dimana akan memunculkan alergi karena salahnya memilih kosmetik sehingga menyebabkan efek samping yang serius bagi penggunanya. Dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan penelitian, secara garis besar ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung dalam keputusan pembelian produk kosmetik.

Hal pertama yang akan dilihat dari mahasiswi FEBI UIN SATU Tulungagung akan suatu produk kosmetik adalah dari segi komposisi dan kandungan yang ada pada produk kosmetik tersebut. Pemilihan ini didasarkan permasalahan yang di hadapi oleh konsumen itu sendiri dan pada jenis kulit yang seseorang miliki. Walaupun semisal memiliki masalah yang sama, namun tipe kulit mereka memiliki tipikal yang berbeda. Walaupun misalnya steman mereka cocok akan suatu produk

kosmetik, namun terkadang ada yang alergi akan jenis kandungan suatu produk kosmetik dan malah akan memperburuk keadaan yang dialaminya. Kulit seseorang dengan orang yang lain jelas tentu berbeda. Ada kalanya, beberapa orang tidak akan cocok dengan produk kosmetik yang sama.

Kedua adalah dari segi merek dan kualitas, hal ini bisa dilihat dari review orang-orang setelah pembelian dan bisa juga dari penjelasan seorang *brand ambassador*. Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang/logo, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas yang membedakannya dengan produk pesaing. Pada dasarnya merek juga merupakan janji produsen untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri/fitur, manfaat, dan layanan tertentu kepada para konsumen.⁸⁹ Banyak sekali merek kosmetik yang terkenal, seperti Maybeline, dan juga Wardah. Namun ketertarikan terhadap produk kosmetik juga bisa di dasarkan pada terkenalnya merek produk kosmetik tersebut di telinga masyarakat.

Kegiatan promosi bukanlah suatu hal yang sepele, dengan adanya promosi yang dilakukan secara gencar dan berkala, akan membawa masyarakat ke dalam kondisi di mana dengan suatu merek, menjadi rujukan pertama mereka dalam melakukan pembelian suatu produk

⁸⁹ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, (Yogyakarta: J&J Learning, 2000), hal. 39

kosmetik tersebut. Kondisi di mana masyarakat terdoktrin akan suatu merek produk adalah hal yang sangat berdampak besar dalam suatu bisnis, terlebih menyangkut dengan perawatan dan mempercantik dan mempersehat kulit yang dominannya di cari-cari oleh kalangan perempuan di seluruh belahan dunia.

Hal yang ketiga adalah dari segi harga yang di tawarkan, kadang perempuan tidak perduli akan harga yang ditawarkan suatu produk. Asalkan produk tersebut memiliki kelebihan dan memiliki dampak positif yang besar setelah pemakaian, perempuan akan dengan sukarela untuk membelinya. Untuk menjadi cantik dan memiliki kulit yang sehat, perempuan akan melakukan apa pun, agar ketika di depan orang banyak mereka bisa terlihat memiliki wajah yang cantik dan sempurna. Namun juga ada beberapa kondisi ekonomi yang mengharuskan seseorang untuk membeli produk kosmetik yang relatif lebih murah.

Kondisi wajah yang cantik dan terlihat sempurna merupakan idaman semua wanita. Karena hal tersebut juga ada beberapa kondisi di mana seseorang akan rela mengeluarkan harga yang lebih agar supaya lebih terlihat cantik dan sempurna di depan umum. Umumnya produk kosmetik yang mempunyai kualitas yang bagus akan diikuti oleh harga yang relatif sedikit mahal dari pada yang lain. Hal ini akan menjadi dilema di kalangan masyarakat khususnya mahasiswi UIN SATU Tulungagung, melihat ada beberapa jawaban responden yang mengaku bahwa akan membeli produk yang lebih murah jika kondisi ekonomi

mahasiswi tersebut lagi sulit. Dengan konsekuensi ada beberapa hal yang akan berkurang dari produk kosmetik yang lebih memiliki harga yang relatif murah tadi.