

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan. Seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat. Seiring perkembangan zaman, kosmetik seolah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian kaum wanita. Produk kosmetik sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen.¹

Kesadaran masyarakat tentang kepuasan dan keamanan kosmetika yang digunakannya sudah semakin meningkat sejalan dengan munculnya berbagai kasus dampak penggunaan bahan berbahaya dalam kosmetika secara terbuka. Selain itu juga masyarakat melihat bagaimana dengan puas atau tidaknya suatu produk kosmetik yang dibeli. Adapun kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi

¹ Vivi Rahmawati, *Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal sebagai Variabel Moderating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Semarang*, jurnal , fakultas ekonomi dan bisnis universitas dian nuswantoro, 2018

purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.²

Akan tetapi, kesadaran masyarakat Muslim untuk memperhatikan kehalalan bahan yang terkandung dalam kosmetika masih sangat rendah. Beberapa bahan yang merupakan titik kritis kehalalan dalam kosmetika adalah lemak, kolagen, elastin, ekstrak plasenta, zat penstabil vitamin, asam alfa hidroksil, dan hormon.³ Berbeda dengan makanan, kosmetik tidak diserap langsung oleh tubuh. Namun jika terbuat dari unsurhewani yang diharamkan seperti babi dan alkohol tetap saja haram. Kosmetik halal menjadi jawaban bagi wanita islam yang ingin tampil cantik namun tidak melanggar ajaran agama.

Wardah merupakan merek produk kosmetik pertama di Indonesia yang mencantumkan label halal pada kemasan produknya dan merupakan salah satu brand kosmetik yang menyasar konsumen wanita khususnya muslimah.

Oleh karena itu kosmetik wardah dibuat menggunakan bahan alami yang berkualitas dan aman, menghindari efek samping yang berbahaya bagi kulit dan tubuh. Menjadi satu keunggulan bahwa bahan kosmetik wardah terbukti halal dan diakui oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Sehingga logo halal MUI senantiasa tercantum

² Malik, Ghoufar, Iqnal, *Kualitas layanan, Brand image dan harga terhadap kepuasan konsumen*, Semarang, 2012

³*Ibid*

pada semua kemasan disetiap rangkaian produknya yang menandakan kehalalan produknya.⁴

Dengan banyaknya perusahaan kosmetik yang ada di Indonesia, maka keputusan konsumen dalam menentukan atau memilih merek kosmetik tertentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk yang menjadi salah satunya adalah dilihat dari halalnya suatu produk.

Adapun Konsep halal dalam kehidupan masyarakat Indonesia telah banyak dikenal dan diterapkan khususnya umat Islam. Halal diperuntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dimakan atau dikonsumsi oleh manusia menurut syari'at islam. Lawan halal adalah haram yang berarti "tidak dibenarkan atau dilarang" menurut syari'at islam. Allah telah menegaskan dalam Al-qur'an surat Al-Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْحَنِقَةُ
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذُكِّرْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النَّصَبِ
وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا
تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ
الْإِسْلَامَ دِينًا ۗ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ ۗ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

“ Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi”.⁵

Dalam ayat di atas, kata "memakan" tidak hanya bermakna memakan lewat mulut, tapi memakan tersebut juga berarti mengkonsumsi dalam artian menggunakan olahan babi untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik.

⁴*Ibid*, Vivi Rahmawati,..... 2018

⁵Surat Al-Maidah ayat 3

Menurut Sumarwan, dalam hal ini konsumen Islam cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang. Sikap yang lebih teliti terhadap label produk dapat membantu konsumen menemukan kosmetik yang paling sehat dan aman di pasaran. Label halal yang terdapat pada kemasan produk, akan mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi suatu produk terutama pada kosmetik wardah.

Dengan adanya label halal ini konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Konsumen muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut dan membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak merupakan hak konsumen itu sendiri. Dari sisi konsumen tentu saja mempunyai persepsi yang berbeda dalam memutuskan membeli suatu produk. Sebagian mungkin tidak peduli dengan kehalalan suatu produk sedangkan sebagian lainnya masih memegang teguh prinsip bahwa suatu produk harus ada label halalnya.⁶

Menurut Balawera, bahwasannya keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti

⁶ Iranita, *Pengaruh Labelisasi Halal Produk Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritime*. Raja Ali Haji, 2013, Hlm. 2

menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Yulindo mengatakan, bahwa kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Pengertian secara umum mengenai keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk, mendefinisikan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. Setiadi, mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada.⁷

Dengan pengalaman lebih dari 28 tahun, PT. Paragon Technology And Innovation (PTI) telah membawa Wardah sebagai brand lokal terbesar di Matahari, Departemen Store terbesar di Indonesia. PT. PTI juga terus

⁷ Sangadji Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsusmen, (CV Andi Offset) Yogyakarta*, 2013 hlm.37

mengembangkan brand-brand unggulan lainnya (Make Over, Putri, IX, Vivre, Hair Addict, Nusilk). Berikut adalah daftar produk kosmetik wardah seperti Cream wajah, Bedak, Lipstikdan banyak lagi produk-produk yang telah disediakan oleh perusahaan.

Wardah memiliki 3 prinsip dalam usahanya, yaitu: *'pure and safe'*, yang berarti semua bahan dasar kosmetik Wardah berbahan dasar alami dan tidak berbahaya. *'Beauty expert'*, yang berarti Wardah ingin menjadikan semua wanita di dunia cantik secara maksimal dan natural. Dan yang terakhir *'Inspiring beauty'*, yang berarti Wardah menginginkan kecantikan dari wardah akan menginspirasi banyak orang.⁸ Disisi lain perusahaan kosmetik ternama ini juga menyediakan produk yang sudah dipaket dalam artian satu paket sudah komplit didalamnya untuk bisa digunakan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasi adanya *research gap* dari label halal yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan label halal mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 1.1
Research Gap Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil Penelitian	Peneliti
	Label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	1. Indri Priscilia 2. Linda Kurniawati 3. Neli Latifah
	Label halal tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	1. Novi Sulistiyawati 2. Nurul Vivit Hapsari

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber

⁸Ibid, Vivi Rahmawati,..... 2018

Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen yang diteliti oleh Indri Prisilia mengenai Bakso Granat Mas Aziz Palembang tahun 2018⁹, Linda Kurniawati mengenai Kosmetik Wardah Mahasiswi IAIN Ponorogo tahun 2018¹⁰ dan Neli Latifah mengenai Tahu Baso Ibu Pudji di UIN Walisongo tahun 2016¹¹ yang menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian oleh Novi Sulistiyawati yaitu Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen mengenai Yayasan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah Surabaya tahun 2016¹² dan Nurul Vivit Hapsari yaitu Analisis Pengaruh Label Halal, terhadap Kepuasan Konsumen mengenai Studi kasus pada kosmetik Wardah dikota Surakarta tahun 2018¹³ yang menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.2
Research Gap label halal terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian	Hasil Penelitian	Peneliti
	Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian	1. Wahyu Budi Utami 2. Hilda Sakina 3. Lilik Andriani 4. Ismi Aziz Makrufah

⁹ Indri Priscilia. *Pengaruh Produk dan label halal terhadap kepuasan konsumen pada bakso granat mas aziz Palembang*. Palembang: 2018

¹⁰ Linda Kurniawati. *Pengaruh label halal dan harga terhadap kepuasan konsumen kosmetik wardah pada mahasiswi Fakultas syariah jurusan muamalah IAIN Ponorogo*. Ponorogo: 2018

¹¹ Neli Latifah. *Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus di Tahu Baxo Ibu Pudji Ungaran)*. UIN Walisongo: 2016

¹² Novi Sulistiyawati. *Pengaruh Kulit Produk, Harga dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah di Yayasan Pondol Pesantren Putri An-Nuriyah Surabaya*. Surabaya: 2016

¹³ Nurul Vivit Hapsari. *Analisis Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada kosmetik Wardah dikota Surakarta)*. Surakarta: 2018

	Label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Fauziah 2. Fenti Mayang Sari , Andy Makhirian, Khairil Buldani
--	---	--

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

Pengaruh Label Halal terhadap keputusan pembelian yang diteliti oleh Wahyu Budi Utami mengenai produk wardah di Yogyakarta tahun 2013¹⁴, Hilda Sakina mengenai pasta gigi merek formula di Palembang tahun 2017¹⁵, Lilik Andriani mengenai kosmetik warda di Bandar Lampung tahun 2017¹⁶ dan Ismi Aziz Makrufah mengenai kosmetik di toserba laris Kartasura, Surakarta tahun 2017¹⁷ menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian oleh Fauziah mengenai produk Kosmetik di Langsa tahun 2017¹⁸ dan Fenti Mayang Sari, Andy Makhirian, Khairil Buldani mengenai produk wardah di Bengkulu tahun 2018¹⁹ yang menunjukkan label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

¹⁴ Wahyu Budi Utami. *Pengaruh label halal terhadap keputusan membeli (Survei pada pembeli produk wardah di outlet wardha griya muslim An-nisa Yogyakarta)*. Yogyakarta: 2013

¹⁵ Hilda Sakina. *Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi merek formula (studi kasus mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang)*. Palembang: 2017

¹⁶ Lilik Andriani. *Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di bandar lampung*. Lampung: 2017

¹⁷ Ismi Aziz Makrufah. *Pengaruh Citra Merek dan Label Halal Terhadap Keputusan pembelian Kosmetik (Studi pada konsumen di outlet toserba Laris Kartasura)*, Surakarta: 2017

¹⁸ Fauziah. *Pengaruh Label Halal Terhadap keputusan pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus: Mahasiswi FEBI IAIN Langsa)*. Langsa: 2017

¹⁹ Fenti Mayang Sari , Andy Makhirian Khairil Buldani. *Pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)*. Bengkulu: 2018

Objek penelitian ini adalah pada mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini dikarenakan semua mahasiswi UIN Raden Fatah beragama Islam dan sebagian besar mahasiswi merupakan konsumen kosmetik. Mahasiswi mempunyai akses yang besar terhadap informasi dan juga dapat membedakan satu produk dengan produk lain berdasarkan informasi yang mereka peroleh baik dari media cetak, elektronik, dunia maya, maupun dari lingkungan sekitar. Mereka akan mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai produk yang akan dibeli sebelum akhirnya membeli dan mengkonsumsi produk tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan produk kosmetik Wardah. Hal ini dikarenakan hampir semua masyarakat pernah menggunakan kosmetik khususnya bagi kalangan mahasiswi. Karena produk tersebut termasuk produk yang mudah ditemukan dimana saja, harganya juga terjangkau untuk mahasiswi dan terdapat label MUI pada kemasannya sehingga mahasiswi yang mengkonsumsi tidak ragu untuk mengkonsumsinya. Ketatnya persaingan kosmetik sekarang ini juga menjadi alasan penulis menggunakan produk ini sebagai obyek penelitian.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang.”

B. Batasan Masalah

Penentuan suatu batasan masalah penelitian dilakukan untuk menyederhanakan ruang lingkup penelitian dan terfokus pada pokok permasalahan yang dibahas agar tidak terjadi pada kerancuan ataupun kesimpangsiuran dalam menginterpretasikan hasil penelitian, maka penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh label halal terhadap kepuasan konsumen kosmetik wardah dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah label halal berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kosmetik Wardah dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

2. Untuk mengetahui apakah keputusan pembelian berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui label halal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen kosmetik wardah dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan dan sebagai implementasi atas teori yang didapatkan selama masa perkuliahan dan menambah wawasan peneliti mengenai label halal terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

2. Secara Praktis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya kepuasan konsumen, sehingga diharapkan produk wardah akan lebih meningkatkan label halal yang berpengaruh pada keputusan pembelian kosmetik wardah. Kemudian hasil penelitian ini dijadikan sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membaca.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini sendiri berguna untuk memberi gambaran secara jelas agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini peneliti membahas tentang latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini peneliti membahas penjelasan teori dari berbagai sumber dan referensi buku atau jurnal yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya yang menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian, kerangka konseptual serta hipotesis penelitian yang akan diuji

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang desain penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, teknik pengumpulan data yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti memberikan gambaran umum tentang objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisa data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dimana keberhasilan tujuan dari penelitian yaitu berisi simpulan dan saran