

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perawatan wajah merupakan kewajiban yang tidak bisa ditinggalkan oleh siapapun khususnya kalangan muda (remaja). Kalangan muda sering kali merawat kulit wajah secara teratur sangat penting dilakukan mengingat banyaknya aktivitas yang dilakukan diluar rumah. Oleh karena itu dibutuhkan produk kosmetik untuk melindungi wajah dari asap kendaraan bermotor, polusi dan pengaruh sinar matahari secara langsung. Dalam mengatasi masalah tersebut setiap orang selalu mencari produk yang sesuai dengan jenis kulit dan terbaik untuk dirinya.

Hal ini dilihat dari sisi bisnis oleh para produsen produk kecantikan, dimana banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, maka konsumen memiliki banyak peluang untuk memilih produk yang dibutuhkan sesuai dengan apa yang diinginkan. Dari asumsi akan pentingnya menjaga dan merawat wajah untuk meningkatkan kepercayaan diri seseorang, maka banyak produsen yang meluncurkan produk perawatan pribadi kosmetik di pasaran. Hal ini menyebabkan persaingan yang tinggi antara produsen yang lain.

Mengingat bahwa Indonesia adalah Negara mayoritas muslim yang jumlahnya mencapai 87,20%. Maka saat ini kepastian tentang kehalalan produk pangan, minuman, obat, kosmetika, produk rekayasa genetik, dan barang guna lain, atau yang sering disebut dengan produk halal yang beredar di Indonesia menjadi penting. Dikatakan demikian karena umat muslim tidak diperkenankan untuk mengkonsumsi apapun yang bersifat haram, misalnya yang didalamnya

terdapat kandungan substansi-substansi seperti alkohol dan bahan-bahan tidak halal lainnya, sebagaimana firman Allah :

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

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 yang nyata bagimu.” (QS, 2: 168)

Kepedulian terhadap kehalalan menjadi pemicu meningkatnya produk-produk baik makanan, minuman hingga produk kosmetik. Kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan sebagai pemenuhan kebutuhan sekunder bagi perempuan, menjadi bagian dari kehidupan sehari-harinya demi mempertahankan dan mendapatkan kecantikan dari waktu ke waktu.

Dengan adanya pangsa pasar yang besar, membuat produsen kosmetik berlabel halal semakin meningkat, dapat dilihat dari banyak nya merek kosmetik yang sudah memiliki sertifikat halal MUI ( Majelis Ulama Indonesia ) per 2018.

Gambar 1.1

### Daftar kosmetik bersertifikat halal MUI per 2018

DAFTAR KOSMETIK BERSERTIFIKAT HALAL MUI PER 2018				
<b>A</b>	<b>E</b>	<b>L</b>	<b>O</b>	<b>Z</b>
Ainisaat Aladarm Amaranthine Achy cream Axlone AYU 7 AINAHU AMIE Ain For Men Ashadarm Asterora Indonesia Ashady ATIRA Audiyya Skincare Aurum	DR. ARIJATI DR. UMMIAMIYAZAH ER Naturals Eritina Ergula ERTID'S ESKA Esther Co	Lady Turip La Kemas Laurent Lily Yenni Zahir Lip Ice Lisa Charlita LISTIANE Luvital L'oreal Lovelife L'IPRO	Natural Indonesia Natural honey Narima Nuseason Nuori Magic <b>O</b> Ocean Fresh OHME Osmetro Sabun OXYDERM	Shinut Sirky Sari Sompayati Skin 100 Skinova Skin Solution Social Soleha Sophie Paris Spalding Sumberayu
<b>B</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>P</b>	<b>T</b>
Beauty Story Bee Botanic Bencol Bask Belatama Belatama Island Bene BLP By Lizzie Parra	<b>G</b> Garnier Gria Indonesia Giselle Ginkobloom Glowface Aesthetic Clinic Green Beauty Clinic Green Beauty Clinique	Madame Izara Mad for Lipstick Make over Mandom Mandira Martha Sitaar Marwah Marcks Creme Marcks Venus Mazaya Melanie Mineral Botanica Mirasella Modya Modeling Mask Moli Moko Moko Mooza MSP Muti by Milano Ashley Muslimah Sophie Martin Musika Putri Musika Ratu	<b>P</b> PAC Pabanox Parasol Ply Purcents PW Pudka Prettywhite Probeauty Purbasari Pucelle	Taman Sari Royal Heritage The Face The Shera The Skin They Talk About THEEALAH
<b>C</b>	<b>H</b>	<b>N</b>	<b>Q</b>	<b>U</b>
Caring CASA DR. HAZZ Casabella Chibiko Citra Cubalea CYSAN	Harum Sari HCLLY HSC	Naavagreen Narawatu Nataris Skincare	<b>Q</b> Rania Ratih RDL Red A ROSSA Royale	<b>U</b> VAL lip matte Vaseline Verna VIVA Vivette
<b>D</b>	<b>K</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>X</b>
Dermamavee Denora DR. NARA Skincare	KALIA Klotoderm Kedua Deadsea Mineral	<b>R</b> Rania Ratih RDL Red A ROSSA Royale	<b>S</b> Saji Salah Sariyati Shanez Sharon Ramea Shinutskin	<b>X</b> -
<b>J</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>Y</b>	
Juta Herba	Naavagreen Narawatu Nataris Skincare	<b>S</b> Saji Salah Sariyati Shanez Sharon Ramea Shinutskin	<b>Y</b> -	

Sumber : [www.halalcorner.id](http://www.halalcorner.id), 2018

Dari table I.I diatas maka dapat dilihat bahwa produk kosmetik pond's sudah termasuk kosmetik yang bersertifikat halal dari MUI. Halal diperuntukan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih yang dikonsumsi oleh manusia menurut syariat islam.

PT. Unilever merupakan salah satu perusahaan global yang menjual barang-barang kepada konsumen dengan cepat dengan tujuan untuk memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan. Salah satu produk yang ada dalam PT. Unilever adalah Pond's. Pond's merupakan salah satu produk kecantikan wajah. Pond's juga memiliki berbagai macam kebijakan pemasaran yang aktif untuk terus membangun citra merek, salah satunya dengan menunjukkan citra bahwa produk Pond's berdedikasi untuk menjadikan kulit Anda kulit terbaik yang pernah Anda miliki selalu kuat di dalam, indah dan lembut di luar.

Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen memperhatikan citra dari suatu merek (brand image). Citra Merek adalah asosiasi atau persepsi konsumen berdasarkan ingatan mereka terhadap suatu produk. Menurut Tjiptono (2008) Cita Merek merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra Merek itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsmen secara massal. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek. Persaingan dunia industri yang semakin ketat saat ini, menuntut perubahan untuk lebih kreatif dan membuat suatu keunggulan yang kompetitif, baik itu dari segi kemasan, produk, saluran pemasaran maupun citranya, jika tanggapan konsumen tentang penawaran suatu produk yang bersaing tetap sebagai suatu hal yang sama atau biasa, maka konsumen akan melihat merek dari suatu produk dengan tanggapan yang berbeda.

Berikut adalah daftar kosmetik berdasarkan Top brand index dari kategori perawatan pribadi tahun 2017 dan 2018 antara lain :

**Tabel 1.1**  
**Top brand indeks beberapa kategori perawatan pribadi**  
**Tahun 2019**

Merek	Kategori perawatan Pribadi			TBI
	Pelembab Wajah	Pembersih Wajah	Krim Pemutih	
<b>Pond's</b>	26.3%	30.4%	37.0%	TOP
<b>Wardah</b>	11.0%	4.6%	-	TOP
<b>Biore</b>	-	19.1%	-	
<b>Garnier</b>	6.6%	15.3%	18.8%	
<b>Viva</b>	7.9%	-	-	
<b>Nivea</b>	-	-	4.7	
<b>Citra</b>	9.6%	-	14.4%	

**Tabel 1.2**  
**Top brand indeks beberapa kategori perawatan pribadi**  
**Tahun 2020**

Merek	Kategori perawatan Pribadi			TBI
	Pelembab Wajah	Pembersih Wajah	Krim Pemutih	
<b>Pond's</b>	21.4%	22.4%	25.7%	TOP
<b>Wardah</b>	19.6%	5.8%	-	TOP
<b>Biore</b>	-	17.1%	-	
<b>Garnier</b>	9.8%	13.8%	14.7%	
<b>Viva</b>	4.2%	-	-	
<b>Nivea</b>	-	-	4.3%	
<b>Citra</b>	11.0%	-	12.8	

Dari tabel 1.2 dan tabel 1.3 diatas maka dapat di lihat bahwa produk Pond's menduduki peringkat pertama pada tahun 2019 dan 2020 dari beberapa kategori Perawatan Pribadi tersebut. Hal ini dapat di lihat di tahun 2019 persentase Top Brand Index pada pelembab wajah sebesar 26.3%, pada pembersih

wajah sebesar 30.4% dan krim pemutih sebesar 37.0%. Sedangkan di tahun 2020 persentase Top Brand Index pada pelembab wajah mengalami penurunan sebesar 21.4%, pada pembersih wajah mengalami penurunan sebesar 22.4% dan pada krim pemutih juga mengalami penurunan sebesar 25.7%. Maka dapat disimpulkan bahwa dari beberapa kategori perawatan pribadi tersebut merek Pond's lebih unggul dibandingkan dengan merek- merek yang lain namun mengalami penurunan pada tahun 2018.

Untuk menjadi produk yang digemari konsumen, ukuran paling umum dalam sebuah produk adalah kualitas produk itu sendiri. Menurut Kotler (2009) Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Konsumen memberikan penilaian pada suatu produk setelah konsumen mencoba menggunakan suatu produk. Lalu konsumen bisa menilainya dari segi kualitas produk.

Harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk karna harga akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Menurut Saladin (2008) Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan suatu produk dibenak konsumen. Setiap konsumen yang akan membeli suatu produk akan melakukan sebuah pertimbangan- pertimbangan tentang produk yang akan dibeli. Peter dan amstrong (2000) salah satu pertimbangan yang dimaksud adalah dengan melihat harga. engan melihat harga konsumen akan mengetahui layak atau tidaknya dengan harga yang dicantumkan, setelah membandingkan dengan produk yang lain kemudian konsumen mengevaluasi lagi, apakah harga tersebut sudah sesuai dengan nilai,

manfaat serta kegunaan produk tersebut serta jumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli produk itu (Tjiptono, 2008).

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Proses pengambilan keputusan yang digunakan konsumen dalam pembelian berbeda-beda tergantung pada jenis keputusan pembelian (Menurut Kotler, 2002). Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. Keputusan pembelian oleh konsumen merupakan keputusan yang melibatkan persepsi terhadap citra merek, kualitas produk dan harga terhadap produk yang digunakan..

Pond's memang bukan satu-satunya merek yang berkembang di Indonesia, banyak produk-produk lain bersaing dengan ketat. Untuk mempertahankan top brand dan eksistensi di kalangan masyarakat, maka Pond's harus menciptakan produk-produk unggulan yang dapat bersaing dengan merek lain yang dapat memenuhi kebutuhan, harapan dan kepuasan dari pengguna. Karena konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai harga yang dibayar. Jika konsumen merasa kecewa dengan suatu produk, maka akan berdampak buruk bagi produsen. Karena produsen akan kehilangan konsumen potensial.

Dengan demikian berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan membahasnya dalam bentuk skripsi dengan judul : **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA TINJAUANNYA DALAM SUDUT PANDANG ISLAM” (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Kosmetik Pond's Di Jakarta).**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah seberapa besar Pengaruh Citra Merek, kualitas produk dan harga produk kosmetik pond's. Merujuk dari latar belakang penelitian dapat di tarik dari beberapa pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pada produk Kosmetik pond's?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Kosmetik pond's?
3. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik pond's?
4. Apakah Citra Merek, kualitas Produk dan Harga, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Kosmetik pond's ?
5. Bagaimana pandangan Islam terkait Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan keputusan pembelian pada produk kosmetik pond's serta tinjauannya menurut sudut pandang Islam?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pond's

1. Untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian pada produk Kosmetik pond's.,

2. Untuk menganalisis Pengaruh kualitas preoduk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik pond's .
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik pond's.
4. Untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik pond's .
5. Untuk menganalisis pandangan Islam terhadap Citra merek, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan pembelian pada produk kosmetik ponds.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

##### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna dan untuk menambah keragaman ilmu khususnya untuk pengaruh Citra merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik pond's .

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Bagi pihak akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya tentang keputusan pembelian .

###### b. Bagi pihak lain

Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan *literature* dalam menambah wacana baru, dan penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak yang tertarik



ingin memperoleh pengetahuan tentang manajemen, khususnya mengenai industri kosmetik dengan kategori *face care*.

c. Bagi peneliti

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan tambahan untuk mengetahui Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik pond's.