

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada tahun 2010 lalu, terjadi peningkatan perkembangan gaya hidup yang berorientasi modern dan Islami di Indonesia. Perkembangan gaya hidup berorientasi modern dan mengacu pada nilai-nilai Islam tersebut dapat dilihat dari beberapa fenomena seperti masyarakat semakin kritis dalam menilai kehalalan produk yang akan dikonsumsi, berkembangnya lembaga keuangan berbasis syariah, pertumbuhan budaya bernuansa Islam, berkembangnya pemakaian busana hijab, munculnya hotel syariah, peningkatan frekuensi kunjungan ibadah haji dan umrah, pertumbuhan industri kosmetik halal dan meningkatnya kewirausahaan muslim (Yuswohady, 2015). Konsumen lebih selektif dan teliti dalam melakukan pembelian produk yang akan digunakannya.

Berbagai produk halal yang beredar yang banyak digunakan konsumen, salah satunya adalah kosmetik. Kosmetik halal merupakan produk yang digunakan untuk membersihkan, menambah daya tarik, melindungi, memperbaiki bagian luar tubuh dan tidak termasuk dalam golongan obat yang tidak mengandung bahan yang diharamkan. Kehalalan kosmetik di Indonesia, diuji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disebut LPPOM MUI. Kosmetik yang telah lulus uji kehalalannya akan mendapat sertifikat kehalalan dan diizinkan mencantumkan label halal di produknya. Kosmetik berlabel halal memberi keuntungan bagi berbagai pihak. Bagi produsen yang memproduksi dan konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut. Label halal

melindungi produsen dari tuntutan adanya bahan dan proses yang tidak halal pada produk tersebut, melindungi konsumen dari keraguan atas produk tersebut dan memberi nilai tambah rasa aman dan kepastian kehalalan produk tersebut.

Merek memiliki peran penting bagi sebuah produk jasa maupun barang. Merek juga sering menjadi alat bantu konsumen dalam mengambil keputusan. Selain itu, keberadaan merek mampu menarik minat konsumen untuk memakai produk tersebut. Bahkan, keberadaan merek dianggap sebagai pilar bisnis yang menunjang keberhasilan bisnis itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri saat ini banyak perusahaan berlomba-lomba menjadikan mereknya menjadi nomor satu atau *top of mine* di benak pelanggan (Ranto, 2013)

Berikut adalah table jumlah dan presentasi penduduk Indonesia berdasarkan agama:

**Tabel 1.1**

**Jumlah dan Presentase Penduduk Indonesia Menurut Jenis Kelamin dan Agama**

Agama	Laki-laki		Perempuan		Jumlah	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Islam	104,195,783	50.29	102,980,379	49.71	207,176,162	100
Kristen	8,335,966	50.43	8,192,547	49.57	16,528,513	100
Katolik	3,441,643	49.82	3,466,230	50.18	6,907,873	100
Hindu	2,013,589	50.19	1,998,527	49.81	4,012,116	100
Budha	869,097	51.03	834,157	48.97	1,703,254	100
Khong hu cu	61,506	52.53	55,585	47.47	117,091	100
Lainnya	157,363	52.52	142,254	47.48	299,617	100
Tidak Terjawab	70,897	50.79	68,685	49.21	139,582	100
Tidak Ditanyakan	485,069	64.07	272,049	35.93	757,118	100
<b>Jumlah</b>	119,630,913	50.34	118,010,413	49.66	237,641,326	100

Sumber : BPS, 2010

Berdasarkan data diatas, jumlah wanita muslim di Indonesia 49,71% dari total penduduk yang beragama muslim di Indonesia atau sekitar 102.980.379 dari 207.176.162 Jiwa. Hal tersebut yang menjadi pasar potensial bagi wardah kosmetik yang berfokus pada wanita muslim yang ada di Indonesia. Dan tidak menutup kemungkinan juga wanita *non-muslim* menggunakan produk ini.

Disamping itu, keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang penting dalam hal kemajuan perusahaan, karena dengan semakin besar konsumen ingin membeli produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk mendapatkan profit dan pelanggan tetap. Keputusan pembelian tidak hanya dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari segi bisnis, namun juga dengan semakin banyaknya konsumen membeli suatu produk, maka perusahaan tersebut akan dikenal oleh banyak orang dan juga konsumen akan loyal kepada perusahaan tersebut. Untuk membuat seseorang memutuskan membeli produk yang perusahaan berikan, banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan misalnya dengan memberikan kualitas terbaik dari produk itu sendiri.

Keputusan pembelian menurut Sciffman dan Kanuk (2011), dapat diartikan sebagai pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Artinya bahwa seseorang sebelum melakukan pembelian tersedia beberapa alternatif pilihan, sehingga dia harus memilih salah satu diantaranya.

Selain itu harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa

besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Dalam Website ([www.sindonews.com](http://www.sindonews.com)) Kosmetik Wardah mulai diproduksi tahun 1995 oleh PT. Paragon Technology and Inovation. Pertumbuhan omzet penjualan kosmetik Wardah di Indonesia sebesar 75% per tahun menjadikannya sebagai pemimpin pasar kosmetik halal di Indonesia.

**Tabel 1.2**

**Top Brand Index Tahun 2020**

<b>Blush On</b>				<b>BB Cream</b>					
No	Brand	2019	2020	No	Brand	2019	2020		
1	Wardah	26.3%	22.2%	<b>Top</b>	1	Wardah	34.3%	31.0%	<b>Top</b>
2	Maybelline	15.5%	16.9%		2	Garnier	13.5%	11.6%	
3	La Tulipe	10.1%	10.9%		3	Maybelline	10.4%	10.1%	
4	Revlon	7.7%	6.5%		4	L'Oreal	5.7%	6.6%	
5	Oriflame	6.4%	5.8%		5	Olay	7.0%	5.1%	

  

<b>Bedak Muka Tabur</b>				<b>Lipstik</b>					
No	Brand	2019	2020	No	Brand	2019	2020		
1	Wardah	23.9%	20.0%	<b>Top</b>	1	Wardah	33.4%	33.5%	<b>Top</b>
2	Marcks	19.6%	18.3%		2	Revlon	9.2%	8.8%	
3	Viva	8.3%	6.6%		3	Maybelline	7.7%	6.1%	
4	Pixy	5.2%	5.2%		4	Pixy	6.0%	5.4%	
5	Sariayu	4.5%	4.6%		5	Viva	4.5%	4.1%	

**Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)**

Dalam table di atas, terlihat bahwa Wardah menduduki posisi teratas pada tahun 2019 dan 2020 dalam beberapa produknya, hal ini menunjukkan ada ketertarikan produk Wardah dibandingkan dengan produk yang lain.



Dari ayat Al-Qur'an diatas, terlihat bahwa Allah menyukai keindahan dan kebersihan, sehingga tidak masalah bagi wanita yang menggunakan kosmetik dengan tujuan tersebut (Alfatha, 2020).

Beberapa penelitian yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian terhadap produk kosmetik:

No	Penulis	Judul
1	Premi Wahyu Widyaningrum (2016)	Pengaruh Label Halal dan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen Wardah di Ponogoro)
2	Eka Dewi Setia Tarigan (2016)	Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan area medan
3	Shovi Sadzalia (2015)	Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmetik di kota Malang

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Dan Tinjauannya Dalam Pandangan Islam”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa Label Halal, Citra Merek, dan Harga, dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh

Kepuasan Konsumen, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh parsial antara Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah?
2. Bagaimana pengaruh parsial antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah?
3. Bagaimana pengaruh parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah?
4. Bagaimana pengaruh parsial antara Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
5. Bagaimana pengaruh parsial antara Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
6. Bagaimana pengaruh parsial antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
7. Bagaimana pengaruh parsial antara Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah?
8. Bagaimana pengaruh parsial antara Label Halal terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
9. Bagaimana pengaruh parsial antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?

10. Bagaimana pengaruh parsial antara Harga terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
11. Bagaimana pandangan Islam mengenai Label Halal, Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian pada kosmetik wardah?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen kosmetik Wardah.



8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Label Halal terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Electronic Word of Mmouth terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada konsumen kosmetik Wardah?
11. Untuk mengetahui dan menganalisis pandangan Islam mengenai Label Halal, Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian.

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

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Pihak Pemilik Produk

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pemilik produk sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan label halal, harga, citra merek, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi sumber ilmu bagi perpustakaan Universitas YARSI serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang akan mempelajari masalah yang berhubungan dengan manajemen. Serta sebagai suatu

hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau kalangan akademisi yang memiliki ketertarikan meneliti dibidang yang sama.

### 3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan bagi para pembaca mengenai Label Halal, Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen, dan Keputusan Pembelian. Mengingat pentingnya peran pembaca dalam membentuk citra merek.

### 4. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa penulis telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori yang telah penulis dapatkan selama menempuh pendidikan kuliah ke dalam praktek sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan dilapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.