

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan kosmetik di era sekarang ini menjadi lebih maju, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan produk dengan kualitas yang baik namun juga dapat dijangkau oleh masyarakat. Kosmetik menjadi sangat penting di era sekarang ini hampir setiap wanita senantiasa untuk mempercantik dirinya dengan menggunakan kosmetik. Dalam kehidupan sehari-hari pun wanita tidak pernah terlepas dari yang namanya kosmetik. Setiap wanita ingin selalu tampil dengan cantik, dan memukau karena menurut setiap wanita penampilan merupakan suatu investasi yang sangat penting.

Kosmetik halal kini semakin diminati oleh masyarakat Indonesia, Indonesia merupakan negara dengan populasi terbanyak nomor 4 yang berjumlah 260.580.739 jiwa dengan mayoritas penduduknya adalah muslim. Sekitar 87.2% penduduk di Indonesia adalah seorang muslim yang dimana semua bahan-bahan yang digunakan mulai dari makanan, minuman, pakaian, obat-obatan, riasan wajah, dan lain-lainnya harus dibuat dengan berbahan dasar yang halal. Perkembangan kosmetik halal juga sesuai dengan perkembangan institusi syariah lainnya. Pengamat ekonomi syariah (Agustianto) mengatakan masyarakat memperlihatkan dan menyukai sesuatu yang dipastikan halal. Momentum tersebut dimanfaatkan secara baik oleh Kosmetik Wardah, salah satu produsen halal di Indonesia.

Kosmetik wardah sendiri ini merupakan kosmetik yang memiliki ciri khas yaitu produk yang dibuat dari bahan-bahan halal. Kosmetik wardah juga semakin hari semakin meningkatkan kualitas produknya yang sesuai dengan kebutuhan yang ada di zaman sekarang yang artinya wardah mengikuti perkembangan zaman namun, tetap memiliki harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Terlebih dengan mahasiswi yang ingin tampil cantik di setiap hari-harinya tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup besar. Kosmetik wardah ini sangat cocok dengan penghasilan atau uang saku yang didapatkan oleh para mahasiswi yang dimana penghasilan mereka masih dapat dikatakan dibawah rata-rata. Kosmetik wardah sendiri selain memiliki harga yang cukup murah tetapi juga memiliki kualitas produk yang cukup baik.

Kosmetik wardah merupakan produk yang dikeluarkan oleh PT. Paragon Technology and Innovation. Dengan pengalaman lebih dari 32 tahun, Paragon telah diakui sebagai salah satu perusahaan manufaktur kosmetik nasional terbesar di Indonesia dan telah diperhitungkan dalam taraf internasional dalam menciptakan brand-brand unggulan seperti Wardah, Make Over, Emina, IX, dan Putri. Kosmetik Wardah sendiri telah mendapatkan sertifikasi halal dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat, dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LP POM MUI) yang bekerja sama dengan Departemen Kesehatan (DepKes) dan Departemen Agama (DepAg).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Rasa puas yang dimiliki pelanggan kosmetik wardah karena ada rasa kecocokan terhadap kosmetik yang didapatkannya. Menurut Kotler (2009) mengatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak merasa puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka konsumen akan merasa puas. Jika konsumen merasa puas akan *performance* suatu merek maka akan membeli terus merek tersebut, menggunakannya bahkan memberitahukan pada orang lain akan kelebihan merek tersebut berdasarkan pengalaman konsumen dalam memakai merek tersebut.

Harga yang ada pada kosmetik wardah sendiri memiliki harga yang sangat dapat dijangkau oleh mahasiswa maupun masyarakat. Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke distribusi baru atau ke daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja

yang baru. Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harganya. Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa

Kualitas produk yang dimiliki kosmetik wardah kini semakin baik. Peminat kosmetik wardah kini semakin meningkat ditambah lagi dengan kosmetik wardah yang semakin memiliki banyak jenis seperti foundation, eye shadow, lipcream, blush on, mascara, lip tint, lip balm, concealer, cushion dan lainnya. Menurut Kotler (2008) bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Jadi kualitas produk merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan perusahaan, karena dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan, kepercayaan kepada konsumen dalam penggunaannya yang kemudian menjadi motivasi konsumen untuk membeli ulang produk tersebut. Produk dikatakan mempunyai kinerja yang baik apabila produk tersebut mampu bekerja sesuai dengan keinginan konsumen dan mempunyai reliabilitas yang baik apabila memiliki kegunaan selama pemakaian. Disamping memenuhi keinginan konsumen juga meningkatkan penjualan perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan laba perusahaan. Sebaliknya jika kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan kurang baik maka akan menurunkan penjualan dan laba perusahaan juga akan menurun pula. Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pembelian suatu produk.

Dilihat dari perspektif Islam, kualitas produk merupakan suatu unsur yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam menciptakan suatu produk. Islam telah mengajarkan bahwa dalam menciptakan kualitas produk haruslah yang bermanfaat bagi banyak umat manusia, dan juga menggunakan bahan-bahan dasar yang halal. Harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang akan didapat. Menurut pandangan Islam harga tidak boleh mengandung unsur riba, yang dimana hanya menguntungkan satu pihak saja namun ada pihak lain yang merasa dirugikan, harga sendiri di dalam Islam harus didasari atas dasar suka sama suka diantara penjual dan pembeli. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dilakukan sebelum melakukan pembelian. Islam telah menjelaskan bahwa keputusan yang baik yang telah diajarkan oleh Allah SWT adalah dengan melakukan musyawarah terlebih dahulu, karena dengan bermusyawarah dapat menghasilkan sesuatu yang baik dan dapat dipercaya. Kepuasan pelanggan sebagai bentuk rasa puas terhadap barang atau jasa yang telah didapatnya. Di dalam Islam seorang muslim ketika merasa puas atas barang dan jasa yang didapatnya haruslah berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan dan juga kehalalan.

1.2. Rumusan Masalah

Adalah tulisan singkat berupa pertanyaan yang biasanya terletak di awal yang penulis buat rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?

2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
6. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?
7. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas YARSI?
8. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas YARSI?

9. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dikalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas YARSI?
10. Bagaimana pandangan Islam mengenai kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Didalam penelitian ini, terdapat tujuan dan manfaat yang akan diuraikan:

1.3.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI.

5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI.
7. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.
8. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.
9. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas YARSI.
10. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Islam mengenai kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian Kosmetik Wardah dikalangan mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI.

1.3.2. Manfaat

Didalam penelitian ini terdapat dua manfaat baik secara akademik maupun non akademik.

1. Manfaat akademik

Bagi para akademisi, penelitian ini dapat menyajikan informasi mengenai pengaruh antara kualitas produk, dan harga melalui kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk wardah di lingkungan Universitas Yarsi serta tinjauan dari sudut pandang islam. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk melengkapi dan untuk menambah pengetahuan teoritis dan wawasan bagi penulis dan juga pembaca.

2. Manfaat Praktisi

Bagi para praktisi, penelitian ini memiliki implikasi sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi kualitas produk, dan harga melalui kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk wardah di lingkungan Universitas Yarsi serta tinjauan dari sudut pandang islam.. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan perbandingan dan sumbangan pemikiran bagi kepentingan praktis lain dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran.