

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang penting dalam hal kemajuan perusahaan, karena jika semakin besar konsumen ingin membeli produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk mendapatkan pendapatan dan pelanggan tetap. Keputusan pembelian tidak hanya menjadi peluang bisnis, namun juga dengan semakin banyaknya konsumen membeli suatu produk, maka perusahaan tersebut akan dikenal banyak orang dan juga konsumen akan loyal kepada perusahaan tersebut (Gunawan dan Susanti, 2019).

Menurut Kotler (2012) Proses keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, evaluasi alternatif, pencarian informasi, keputusan pembelian, dan perilaku pasca dalam pembelian, sebelum pembelian aktual seorang konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk di pengaruhi beberapa faktor yaitu label halal, harga, dan kualitas produk.

Penelitian yang dilakukan Falah (2020) Menyatakan pada saat ini pembelian produk kosmetik bukan hanya untuk memenuhi keinginan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan seseorang akan kosmetik, mendorong terciptanya suatu kekuatan pasar yang besar di pasar kosmetik, sehingga banyak perusahaan yang mengambil peluang dan berusaha

membuat inovasi-inovasi produk kosmetik untuk memenuhi kebutuhan. Merujuk data BPS pada triwulan I tahun 2020, kinerja industri kimia farmasi dan obat tradisional (termasuk sektor kosmetik) mengalami pertumbuhan yang gemilang sebesar 5,59 %. Fenomena tersebut membuktikan bahwa kebutuhan di bidang kecantikan banyak diminati oleh para wanita Indonesia.

Penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta, karena Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar dengan mempunyai banyak Perguruan Tinggi. Berdasarkan data (Yogyakarta.bps.go.id, 2020) pada tahun 2019 jumlah Perguruan Tinggi di Kabupaten Bantul berjumlah 7, Kabupaten Gunung Kidul berjumlah 1, Kabupaten Sleman berjumlah 4, Kota Yogyakarta berjumlah 5 dan DI Yogyakarta berjumlah 17 Perguruan Tinggi. Sedangkan untuk jumlah mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Yogyakarta pada tahun 2019 di Kabupaten Bantul sebanyak 7.501, Kabupaten Gunung Kidul sebanyak 572, Kabupaten Sleman sebanyak 28.131, Kota Yogyakarta sebanyak 1.310 dan DI Yogyakarta sebanyak 37.514 mahasiswa. Hal ini membuat kebutuhan gaya hidup masyarakat akan kecantikan juga meningkat pesat dan permintaan dibidang kosmetik juga semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan Widiastuti dan Sunarti (2017) menyatakan bahwa sebagai seorang muslim kita juga harus memperhatikan kosmetik yang halal. Perkembangan kosmetik halal yang begitu pesat saat ini menjadi produk yang sangat mencuri perhatian kaum wanita. Adanya rasa aman karena produk menggunakan bahan-bahan dan cara pengolahannya sesuai dengan ketentuan syariat islam. Kehalalan kosmetik di Indonesia, diuji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama

Indonesia (LPPOM-MUI). Kosmetik yang telah lulus uji kehalalannya akan mendapat sertifikat kehalalan dan diizinkan mencantumkan label halal di produknya.

Label halal pada dasarnya adalah label yang menginformasikan kepada pengguna produk berlabel tersebut, bahwa produk tersebut benar-benar halal dan nutrisi-nutrisi yang dikandungnya tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang secara syariat dan produk tersebut boleh dikonsumsi (Agustian & Sujana, 2013:1). Baik kosmetik maupun obat-obatan keduanya dinyatakan halal jika bahan-bahan yang terkandung dalam bahan-bahan pilihan tersebut sesuai dengan syariat islam dan memiliki sertifikat halal dari MUI. Karena Indonesia ini adalah negara mayoritas muslim, maka sangat penting untuk memastikan kehalalan kosmetik. Hal ini disebabkan juga karena kosmetik yang beredar di pasaran faktanya masih banyak yang belum memasukkan label halal pada kemasan produknya. Halal diperuntukan bagi segala sesuatu yang bersifat baik dan bersih bagi manusia, sebagaimana Allah telah menegaskan dalam QS. Al- Maidah ayat 3 (Sari dkk.,2018).

Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian menurut Khasanah, dkk., (2014) dalam penelitiannya menyatakan konsumen di Indonesia masih kurang memperhatikan label tersebut dalam membeli produk kosmetik. Mereka beranggapan bahwa tanpa mencantumkan label halal semua produk yang dijual di Indonesia ini sudah terjamin mutunya. Label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan hasil signifikasi sebesar 0,392 lebih besar dari 0,05. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Agustian & Sujana (2013)

menyatakan pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian saat ini adalah 9,94. Dengan koefisien korelasi sebesar 0,705 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan dengan keeratan hubungan antara pelabelan yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen muslim halal.

Selain label halal, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan bagian penting dari suatu produk, karena berkaitan dengan keuntungan produsen. Menentukan harga membutuhkan evaluasi khusus bagi sebuah perusahaan. Oleh karena itu, harga merupakan salah satu pemicu akan keberhasilan suatu perusahaan untuk menentukan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dengan menjual produknya baik berupa barang maupun jasa. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, perusahaan akan kehilangan penjualan, tetapi jika harganya terlalu rendah, keuntungan akan diperoleh perusahaan akan semakin berkurang. (Habibah & Sumiati, 2016).

Menurut Habibah & Sumiati (2016) menyatakan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian terlihat dari signifikansi 0,005 lebih kecil dari 0,05 dengan kata lain H_a diterima sedangkan H_0 ditolak. Harga sangatlah penting karena harga salah satunya yang memiliki atribut paling penting untuk diperbaiki oleh konsumen saat membuat keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Wahyurini & Nurvita (2020) menyatakan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan konsumen, akibatnya produk tersebut

tidak dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Adapun selain label halal dan harga, salah satu faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian ialah kualitas produk. Menurut Anggraini (2019) memiliki kualitas produk yang baik adalah sesuatu yang dibutuhkan konsumen. Adanya kualitas pasti dalam suatu produk, maka produk tersebut dipastikan mengandung bahan yang aman dan bermanfaat untuk pemenuhan kebutuhan konsumen. Pada setiap kemasan produk harus memberikan keterangan yang berhubungan dengan produk terutama untuk obat-obatan dan produk kosmetik. Seperti apa saja komposisinya, bagaimana cara menggunakan produk supaya lebih bermanfaat, dan waktu kadaluwarsa produk tersebut itu semua harus dicantumkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangastuti & Eni (2019) menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebab produk yang berkualitas akan mempengaruhi konsumen yang berdampak pada keputusan pembelian melalui desain dan variasi lain-lainnya. Melalui kualitas produk yang baik konsumen akan merasa aman saat membeli produk yang nantinya memicu terjadinya keputusan pembelian oleh konsumen tersebut.

Produk Scarlett Whitening adalah salah satu brand asal Indonesia yang dikenal dengan rangkaian produk *brightening* (mencerahkan). Produk scarlett whitening itu sendiri mengandung *Glutathione* yang mengandung antioksidan dan dapat mencerahkan kulit. Produk ini didirikan pada tahun 2017 yang dimana masih tergolong masih muda dari produk lainnya seperti

MS Glow, Emina, Wardah, Purbasari, dsb. Pada saat ini produk Scarlett Whitening menempati peringkat ke-enam sebagai *brand* lokal terpopuler dalam kategori perawatan wajah dan kosmetik (Katadata, 2020).

Dari berbagai macam produk pencerah kulit yang ada di pangsa pasar kecantikan Indonesia, penelitian ini berfokus pada obyek Scarlett Whitening. Scarlett Whitening adalah merek produk pencerah kulit lokal yang di produksi salah satu *public figure* ternama di Indonesia yaitu Felicya Angelista sejak tahun 2017 dimana produk ini terdapat beberapa produk dengan kandungan dan manfaat yang berbeda. Kandungan dari Scarlett Whitening terdiri dari vitamin E dan glutathione yang sangat baik untuk membuat kulit cerah. Produk ini sudah bersertifikat BPOM, artinya semua produk Scarlett Whitening telah teruji secara klinis dan tidak akan membahayakan kulit pemakainya (Pratiwi, 2022).

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti produk Scarlett Whitening ialah karena dilihat dari fenomena mayoritasnya penduduk Indonesia adalah beragama islam, produk ini juga cukup murah dan mempunyai banyak variasi dan manfaat produk yang diuraikan dalam deskripsi produk. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, baru- baru ini banyak sekali masyarakat terutama wanita membicarakan dan mereview produk Scarlett Whitening karena mereka sangat puas akan produk tersebut. Produk ini juga diperjualbelikan pada *e- commerce* seperti shopee, lazada, dan bahkan banyak ditawarkan di sosial media seperti Facebook, Twitter, terlebih lagi Instaram yang saat ini memiliki pengikut lebih dari 5 juta yang

tidak kalah pengikutnya dibanding dengan produk lain. Berangkat dari permasalahan diatas, penulis tertarik untuk meneliti faktor apa saja yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dilihat dari tiga variabel yaitu label halal, harga, dan kualitas produk. Hal tersebut yang melatar belakangi penulis dalam memilih judul Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas bahwa Label Halal masih kurang diperhatikan oleh konsumen di Indonesia, hal itu disebabkan adanya anggapan bahwa tanpa label halal maka produk yang dijual sudah terjamin mutunya. Selain itu, harga juga menjadi komponen penting karena menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang didapat oleh organisasi atau perusahaan. Adapun selain label halal dan harga, terdapat kualitas produk yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, contohnya jika kemasan suatu produk tidak mencantumkan komposisi atau manfaat produk, hal itu akan memicu terjadinya keputusan tidak membeli produk scarlett whitening oleh konsumen.

Maka di dapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening oleh mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

produk Scarlett Whitening oleh mahasiswa di Yogyakarta?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening oleh mahasiswa di Yogyakarta?
4. Apakah label halal, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening oleh mahasiswa di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang tertera diatas, bahwasanya label halal, harga, dan kualitas produk, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening oleh mahasiswa
2. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening oleh mahasiswa
3. Untuk mengetahui dan memperoleh bukti pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening oleh mahasiswa
4. Untuk menemukan dan memperoleh dampak label halal, harga, dan kualitas produk terhadap simultan pada keputusan pembelian Scarlett Whitening oleh mahasiswa

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atau kelebihan dari penelitian ini ialah:

1. Manfaat Teoritis

Studi pengaruh label halal, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik halal di Yogyakarta studi kasus mahasiswa konsumen kosmetik Scarlet Whitening ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti khususnya maupun bagi pembaca.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk syarat akademisi untuk menyelesaikan Strata 1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan informasi, gambaran, referensi, dan faktor- faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Scarlett Whitening di suatu perusahaan.