

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, bisnis harus memenuhi kebutuhan pelanggan dan membuat produk yang memiliki kualitas terbaik dan unggul yang dapat membedakan dengan produk lain. Oleh karena itu, upaya pengembangan yang berbeda dapat menjadi strategi yang efektif bagi perusahaan untuk menjual produk inovatif yang memenuhi kebutuhan semua pihak, termasuk konsumen. (Riezky, 2013). Industri kosmetik saat ini adalah salah satu yang sedang berkembang, dan semakin banyak jenis dan merek kosmetik yang beredar di pasaran. Konsumen memiliki kontrol yang sangat besar atas keputusan mereka.

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian telah mengalami perubahan signifikan. Dengan akses internet yang mudah, pelanggan dapat menjadi lebih kritis dan selektif saat memilih produk. Selain itu, pengaruh teman, keluarga, dan media sosial menjadi semakin penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal. Faktor internal termasuk motivasi, persepsi, sikap, dan kepribadian konsumen, sedangkan faktor eksternal termasuk situasi pasar, ekonomi, dan budaya. Dalam melakukan pembelian, orang terus berpikir tentang harga murah dan mahal dan seringkali mereka terjebak pada kemampuan mereka untuk membeli produk.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk. Keputusan pembelian adalah proses psikologis dasar yang sangat penting untuk memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian pelanggan secara keseluruhan, termasuk pembelajaran, memilih, dan menggunakan sumber daya yang mereka miliki.

Masalah yang sering terjadi saat ini adalah pelanggan melihat produk, khususnya produk perawatan, berdasarkan hasil instan serta banyaknya jenis perawatan wajah yang tersedia. Fenomena ini, perlu ada informasi tentang produk yang dapat dipercaya agar pelanggan lebih mengetahui produk tersebut dan memilih produk perawatan wajah yang berkualitas. Konsumen sering kali kekurangan informasi yang cukup mengenai kualitas produk, seperti bahan yang digunakan, proses produksi, dan manfaat produk. Ulasan dan testimoni negatif dari pengguna lain dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk The Originote. Konsumen menjadi ragu atau khawatir akan hasil yang tidak memuaskan. Menurut Adnan (2018), perilaku konsumen didefinisikan sebagai cara konsumen membeli barang, jasa, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas produk menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk, mulai dari bahan-bahan yang digunakan, keamanan, dan efektivitas produk dalam memenuhi kebutuhan perawatan kulit mereka. Produk skincare yang berkualitas baik akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, sehingga mendorong keputusan pembelian.

Brand Originote sendiri sudah berdiri dan dipasarkan sejak 2022 tetap beberapa tahun belakangan ini skincare originote sangat naik daun dan viral terutama di aplikasi tiktok. Banyak sekali influencer dan beauty vlogger yang mereview skincare brand ini dengan respon yang sangat baik. Salah satu produk skincare originote yang sangat terkenal yaitu Hyalucera Moisturizer. Moisturizer ini banyak sekali terjual di marketplace dengan bintang 4,9 termasuk nilai yang sangat tinggi untuk produk yang naik daun beberapa tahun belakangan ini. Keunggulan dari produk skincare ini mereka memperhatikan sekali produknya mulai dari harga, kualitas, packaging hingga pemasarannya. Namun setiap produk juga memiliki kekurangannya masing-masing, sama halnya dengan produk ini. Kekurangan dari produk ini adalah tidak semua orang cocok menggunakannya. Ada beberapa orang yang mereview setelah mereka

memakai moisturizer originote wajah mereka semakin berminyak, kusam dan lain-lain. Mengingat produk ini adalah perawatan wajah maka wajar sekali jika ada sebagian orang yang tidak cocok memakainya karena produk wajah itu cocok cocokan, yang artinya cocok di orang lain belum tentu cocok di diri kita. Meskipun harganya murah tapi tiruan skincare ini sudah beredar dipasaran dan sempat viral padahal skincare ini cukup murah untuk dibuatkan tiruannya. Daya terima Originote di masyarakat sangatlah tinggi. Seolah masyarakat kita sangat menyambut baik brand ini. Kita bisa lihat data penjualannya seperti di tiktokshop dan shopee.

Menurut ulasan di marketplace sangat bagus, Ratingnya juga sangat bagus, dan video-videonya juga sangat bagus. Sebagai hasil dari bentuk botolnya yang berbentuk jar, ada tutup lagi di bagian bawah yang mencegah isinya meluber. Moisturizer ini aman untuk kulit sensitif, telah diuji BPOM, dan dapat digunakan untuk usia mulai 14 tahun. Remaja yang mencari pelembab dapat mencoba produk ini. Teksturnya unik, berbentuk gel bening dan meresap dengan cepat. Selain itu, hampir tidak ada bau atau aroma, dan sangat tipis. Aromanya tenang dan tidak mengganggu. Keunggulan pertama The Originate adalah harganya yang terjangkau, ukurannya yang besar, dan isi yang cukup, yang membuatnya cocok untuk remaja dan anak sekolah. dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Setelah digunakan, rasanya ringan dan cepat meresap, dan tidak meninggalkan rasa lengket di kulit. Ketiga, aman untuk digunakan saat kulit sangat sensitif. Salah satu kekurangan adalah tidak melembabkan kulit saat kulit sangat kering dan terasa terkelupas.

Pasar perdagangan bebas di Indonesia dipenuhi dengan barang-barang asing, termasuk Korea Selatan. Persaingan yang ketat terjadi di industri kecantikan karena munculnya produk kecantikan lokal. Pertahanan produk yang disukai masyarakat menjadi tantangan bagi perusahaan untuk terus berinovasi. Namun, dari sekian banyak produk yang tersedia, beberapa di antaranya menimbulkan pertanyaan tentang kehalalannya. Menurut Pasal 4 Pasal 33 Undang-Undang Nomor 33 tentang Jaminan Produk Halal (2014),

semua barang yang masuk ke dalam negeri, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia harus bersertifikat halal. Akibatnya, masyarakat akan lebih tertarik pada barang yang sudah memiliki sertifikasi halal.

Menurut Departemen Agama RI tahun 2003, label halal adalah tanda yang diberikan oleh lembaga yang berwenang, seperti Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), untuk memastikan bahwa produk tersebut telah melewati uji kehalalan yang sesuai dengan syariat Islam. Label halal memengaruhi preferensi konsumen saat ini untuk membeli barang yang sudah memiliki sertifikat halal MUI.

Berdasarkan informasi yang terima, produk kosmetik dari The Originote ini dibuat oleh Shanghai Ayara Cosmetics Co., Ltd., Shanghai, China yang bekerja sama dengan PT Nayue Kosmetik Indonesia. Tidak banyak sebenarnya informasi tentang profil The Originote. Oleh karena itu, tidak dapat menampilkan profil kosmetik ini secara detail dan lengkap. Jika berbicara kehalalan suatu produk, tentu harus disandarkan kepada pihak-pihak yang berwenang dalam menentukannya. Dalam hal ini tentu pihak tersebut adalah MUI atau BPJPH Kemenag yang memiliki kewenangan dalam pemberian sertifikat halal, serta dari pihak produsennya itu sendiri dan juga tidak terdapat logo halal pada kemasan. Setelah melakukan penelusuran ke situs-situs terkait tersebut guna mencari informasi seputar kehalalannya, dan berikut inilah hasilnya. Disimpulkan bahwa hingga kini The Originote belum mendapatkan sertifikat halal dari pihak yang berwenang. Selain itu, pihak produsennya pun tidak menjelaskan secara pasti mengenai kehalalan produk yang mereka miliki. Karena itu, perlu diragukan tentang kehalalannya. Adapun jika berbicara dari segi keamanannya, maka tidak perlu khawatir. Sebab The Originote telah mendapatkan jaminan keamanan dari BPOM.

Selain popularitas produk The Originote yang dipromosikan secara online dan harga terjangkau, konsumen kurang memperhatikan status halalnya dan kualitasnya. Hanya dua produk merek ini, Originote Cerakuronic Essence Toner

dan Originote Cicamide Facial Cleanser, memiliki sertifikat halal dari BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).

Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya yang diuraikan di atas, maka penelitian ini ingin meneliti kembali faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan menguji kembali pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini mengambil judul pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian produk the originote di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang mengalami pertumbuhan industri kosmetik yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko kosmetik, salon, dan spa yang bermunculan di Yogyakarta. Pertumbuhan industri kosmetik di Yogyakarta sejalan dengan tren gaya hidup sehat dan peduli terhadap label halal pada produk-produk kecantikan. Sebagai kota besar, Yogyakarta memiliki banyak sumber data dan informasi yang dapat diakses, baik dari instansi pemerintah, asosiasi industri, maupun lembaga penelitian. Hal ini akan memudahkan proses pengumpulan data untuk penelitian. Selain itu, Yogyakarta juga memiliki akses yang baik terhadap produk-produk kosmetik, termasuk produk skincare The Originote, sehingga memudahkan proses pengumpulan data dan informasi.

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian dilakukan oleh Annisa (2024) dengan menambah variabel independen kualitas produk. Ini membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya, yang berfokus pada subjek Annisa (2024) yang dibahas dalam penelitian sebelumnya dengan menggunakan subjek studi kasus mahasiswa angkatan 2021 Prodi ekonomi syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Seperti yang kita ketahui, peminat pembeli skincare banyak dari kalangan anak muda. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian di Yogyakarta terutama pada wanita. Berdasarkan tujuan penulis adalah untuk meneliti apakah label halal pada produk dan kualitasnya berpengaruh pada keputusan pembeli. Maka Penulis tertarik dan bermaksud melakukan penelitian yang judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LABEL HALAL TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE THE ORIGINOTE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”

B. Rumusan Masalah

Beberapa hal, seperti kualitas produk dan label halal, mempengaruhi pilihan pembeli. Perusahaan harus lebih baik untuk bertahan hidup di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli skincare. Dari latar belakang tersebut kesimpulan dalam penelitian ini mencoba mengusulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare the originote di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare the originote di Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare the originote di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Skincare the originote di Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis
 1. Memberikan pengetahuan mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap keputusan pembelian.

2. Penelitian ini dapat dijadikan dasar acuan masukan bagi pelaku pemasaran untuk lebih meningkatkan kepercayaan konsumen tentang hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Manfaat praktis
1. Bagi peneliti diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan label halal terhadap dalam keputusan pembelian.
 2. Bagi kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta penelitian ini diharapkan menjadi bahan ilmiah bahan pustaka dan menjadi referensi yang dapat bermanfaat bagi pembaca.
 3. Bagi masyarakat sebagai panduan kontribusi terhadap konsumen dan produsen untuk memilih produk yang baik.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima yaitu:

BAB I Pendahuluan membahas latar belakang masalah yang menjadi subjek penelitian; latar belakang masalah, rumusan masalah menjelaskan tujuan dan manfaat penelitian; dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka & landasan teori Dalam bab ini.

Bab III Metode Penelitian membahas metode yang digunakan dalam skripsi ini. Bab ini membahas jenis penelitian, jenis data yang digunakan, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan metode analisis data.

Bab IV Analisis Data membahas subjek penelitian. Ini mencakup penyebaran kuesioner, profil responden, jenis kelamin, usia, dan tanggapan mereka, serta variabel independen dan dependen, serta diskusi tentang hasil analisis data untuk memvalidasi hipotesis.

Bab V Kesimpulan Data, adalah bab penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan rekomendasi, serta hasil analisis data dari bab-bab sebelumnya, untuk digunakan oleh pihak yang terlibat.