

BAB I

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Manusia diciptakan memiliki karakteristik yang berbeda-beda dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda demi menjaga kelangsungan hidupnya. Kebutuhan merupakan segala sesuatu untuk seorang manusia mencapai kesejahteraan hidupnya. Keadaan dan kodrat manusia menjadikan setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan anak-anak berbeda dengan kebutuhan orang dewasa, kebutuhan wanita berbeda dengan kebutuhan pria. Bagi wanita kebutuhan akan penampilan sangat penting, karena wanita selalu ingin tampil cantik di depan orang lain. Kebutuhan wanita untuk tampil cantik seperti yang diinginkannya menciptakan potensi pasar yang sangat besar di industri kosmetik (Untari, 2017).

Maraknya kebutuhan akan produk kecantikan yang digemari oleh para wanita menjadi peluang bagi industri produk kecantikan. Pada saat ini industri produk kecantikan tumbuh sangat pesat guna memenuhi kebutuhan permintaan pasar. Industri produk kecantikan menjadi salah satu industri yang berhasil menguasai pangsa pasar. Meningkatnya minat terhadap penggunaan produk kecantikan juga meningkatkan produsen produk kecantikan untuk bersaing memberikan sebuah produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Menurut Barsky sebagaimana dikutip (dalam Baihakki, 2013) menyatakan bahwa pada era globalisasi seperti sekarang ini banyak bermunculan produsen-produsen yang baru yang menjual barang-barang yang sejenis. Secara otomatis dengan banyaknya produsen maka akan semakin banyak pula persaingan. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya, sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang beredar di pasar (Baihakki, 2013).

Tabel 1.1
Data Penjualan Produk Terlaris di Marketplace Shopee dan Tokopedia Januari-Desember 2021

No	Jenis Produk	Jumlah Konsumen (Juta)
1	Perawatan Kecantikan	734,7
2	Perlengkapan Rumah Tangga	639,0
3	Pakaian dan Aksesoris Wanita	469,2
4	Kesehatan	381,0
5	Pakaian dan Aksesoris Muslim	309,7
6	Perlengkapan Pesta dan Souvenir	287,3
7	Makanan dan Minuman	269,6
	Handphone dan Aksesoris	242,7
8	Perlengkapan otomotif	200,3
9	Aksesoris Pakaian	194,8
10	Tiket dan Voucher	184,1

(Sumber: Asosiasi Digital Marketing Indonesia
(www.digimind.id), 2021)

Berdasarkan tabel 1.1 mengenai data penjualan dengan produk terlaris yang bersumber dari *marketplace* Shopee dan Tokopedia pada edisi bulan Januari sampai bulan Desember adalah produk perawatan kecantikan yang menduduki posisi pertama dengan produk terlaris di *marketplace* Shopee dan Tokopedia dengan jumlah konsumen sebanyak 734,7 juta, kemudian di susul oleh oleh produk perlengkapan rumah tangga di posisi kedua dengan jumlah konsumen sebanyak 639,0 juta. Selain itu, produk berupa pakaian dan aksesoris wanita jumlah konsumen sebanyak 469,4 juta. Dengan melihat 3 (tiga) jenis produk teratas dan terlaris merupakan kebutuhan yang sering wanita cari. Hal ini menunjukkan bahwa produk perawatan kecantikan bagi kaum wanita menjadi prioritas utama untuk menjaga penampilan mereka.

Pada tahun 2022 Indonesia menjadi negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*, populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri (DataIndonesia.id). Mengingat Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, melalui fakta tersebut menjadikan masyarakat Indonesia memiliki minat yang besar terhadap produk-produk halal, termasuk dalam pemakaian kosmetik dan juga *skincare*. Besarnya populasi muslim di Indonesia menjadi sebuah peluang untuk menumbuhkan bisnis pada bidang produk kecantikan yang berlabel halal.

Tabel 1.2
Jumlah Pemeluk Agama Islam di Cirebon 2019-2022

Tahun	Jumlah Penduduk Islam
2019	2.024.167
2020	2.108.540
2021	2.108.540

(Sumber: jabar.bps.go.id)

Pada tahun 2019-2021 jumlah umat muslim di Cirebon terlihat mengalami kenaikan dari tahun 2019-2020, kemudian jumlah pemeluk muslim di Cirebon tahun 2020-2021 jumlahnya stabil. Hal ini memberikan kesadaran masyarakat mengenai kehalalan dan kesehatan pada suatu produk menjadi pertimbangan penting bagi konsumen muslim. Ajaran Islam mewajibkan setiap muslim untuk menggunakan atau mengonsumsi produk-produk yang halal. Religiusitas mempengaruhi orientasi konsumen mengenai pola konsumsi, perilaku sosial dan memengaruhi pilihan konsumen serta menjadi salah satu faktor utama yang harus dipertimbangkan dalam mempromosikan suatu produk (Rahman et al., 2015).

Pada era sekarang ini orang-orang semakin tertarik dengan hal-hal yang berbau halal. Masyarakat sudah semakin sadar bahwa produk kosmetik yang membuat wajah sehat dan nyaman untuk dipakai adalah point yang paling utama dan tidak menimbulkan efek buruk apabila dipakai dalam waktu jangka panjang, maka dalam hal ini produk kecantikan berlabel halal muncul mengambil peluang ini. Di bawah ini terdapat beberapa produk kecantikan halal yang di produksi oleh industri lokal, sebagai berikut:

Tabel 1.3
Merek Kosmetik Lokal yang Sering Digunakan
Tahun 2020

Posisi	Merek Kosmetik Lokal
1	Wardah
2	Make Over
3	Emina
4	Pubasari
5	Viva
6	Pixy
7	Sariayu
8	Mineral Botanica
9	Inez Cosmetics
10	BLP

(Sumber: newslab.uajy.ac.id)

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa penjualan produk kecantikan sudah banyak cukup memberikan dampak terhadap permintaan produk kecantikan lokal yang banyak digunakan oleh masyarakat di beberapa kalangan. Menurut data dari (newslab.usjy.ac.id) pada tahun 2020 menyatakan terdapat 10 produk kecantikan lokal yang sering dipakai oleh wanita Indonesia. Salah satu produk yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah produk lokal Wardah yang mendapati posisi pertama. Produk kecantikan Wardah sudah terkenal dengan produk kecantikan yang

berlabel halal dan banyak digunakan oleh para wanita muslimah karena memiliki kualitas produk yang baik dan memiliki harga yang terjangkau serta sesuai target pasar yang ada.

Wardah merupakan *brand* produk kecantikan halal asli Indonesia yang berdiri sejak 1995 di bawah PT. Paragon Technology and Innovation (PT. PTI). Didirikan oleh Nurhayati Subakat yang saat ini menjabat sebagai Komisaris PT. PTI, Wardah selalu mengedepankan kualitas untuk mendukung perempuan untuk tampil cantik sesuai dengan karakternya (inspiringmovement.wardahbeauty.com). Terdapat beberapa Produk-produk Wardah antara lain: *Skincare* (UV Shield Series, Crystal Secret, Nature Daily, Lightening, Perfect Bright, Hydra Rose, White Secret, Renew You, C Defense, dan Acnederm), *Make up* (Colorfit, Eye, Face, Lips), *Haircare* (Shampoo dan Conditioner), *Bodycare* (Aloe Hydramild, Paket Hajj & Umroh, Scentsation, dan Body Series). Produk-produk Wardah yang dihasilkan oleh PT. Paragon Technology and Innovation sudah memiliki label halal (www.wardahbeauty.com).

Tabel 1.4
Produk Wardah Terlaris Kategori Skincare dan Make Up
Tahun 2022

Kategori Skincare	Total Penjualan (Juta)	Kategori Make Up	Total Penjualan (Juta)
Wardah UV Shield Sunscreen Gel SPF 30 PA+++	Rp. 184,25	Wardah Lip Cream Exclusive Matte	Rp. 66,02
Wardah UV Shield Aqua Fresh Essence SPF 50 PA++++	Rp. 174,78	Wardah Colorfit Last All Day Lip Paint	Rp. 60,49
Wardah Lightening Night Cream Advanced Niacinamide	Rp. 136,53	Wardah Colorfit Velvet Matte Lip Mousse	Rp. 40,57
Wardah Lightening Day	Rp. 111,69	Wardah Lightening Two	Rp. 36,10

Kategori Skincare	Total Penjualan (Juta)	Kategori Make Up	Total Penjualan (Juta)
Cream Advanced Niacinamide		Way Cake SPF 15 Light Feel	
Wardah Acnederm Series - 7 in 1	Rp. 109,35	Wardah Lightening Liquid Foundation and Concealer	Rp. 29,93

(Sumber: *Compas.co.id* Produk Wardah Terlaris)

Berdasarkan tabel 1.4 diatas menunjukkan poduk Wardah terlaris pada tahun 2021 dengan kategori *skincare* dan *make up*. Produk Wardah dengan penjualan terbanyak pada kategori *skincare* adalah Wardah UV Shield Sunscreen Gel SPF 30 PA+++ dengan total penjualan mencapai Rp. 184, 25 juta dan produk Wardah dengan penjualan terbanyak pada kategori *make up* adalah Wardah Lip Cream Exclusive Matte dengan total penjualan mencapai Rp. 66,02 Juta. Dengan demikian rangkaian *skincare* dan *make up* Wardah populer karena harganya yang tergolong murah untuk rangkaian produk perawatan dan kecantikan wajah. Tapi jangan salah, dengan harga murah, kualitas Wardah juga bersaing dengan produk lokal lain.

Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon gemar memakai produk-produk kecantikan untuk menjaga penampilan mereka. Mahasiswi Ekonomi Syariah selaku konsumen akan cenderung mencari produk kecantikan yang telah dinyatakan halal dibandingkan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berwenang (Samarwan, 2011). Dengan begitu perilaku mahasiswi Ekonomi Syariah dalam memilih produk kecantikannya sudah menerapkan prinsip-prinsip syariah yang telah diajarkan selama perkuliahan. Peneliti telah meneliti yang menggunakan produk wardah dan telah menyebarkan angket konsioner pendahuluan dalam bentuk google form adapun hasilnya sebagaimana berikut :

Tabel 1.5
Jumlah Mahasiswi Ekonomi Syariah yang Menggunakan Produk
Wardah Tahun Angkatan 2019-2021

No	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswi Ekonomi Syariah
1	2019	57
2	2020	54
3	2021	100
Total		211

(Sumber: Data Pimer)

Berdasarkan tabel 1.5 diatas menunjukkan jumlah mahasiswi Ekonomi Syariah tahun angkatan 2019-2021 yang menggunakan produk Wardah terdapat sebanyak 211 mahasiswi. Melihat data diatas menunjukkan adanya antusias mahasiswi Ekonomi Syariah dalam menggunakan produk Wardah. Alasan dipilihnya produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon ini karena banyaknya mahasiswi yang menggunakan produk Wardah. Terutama dalam menggunakan produk Wardah seperti bedak, lipstik, lip cream, serum, toner, sunscreen, dan lain sebagainya. Sekarang sudah ada outlet Wardah dimana-mana dengan harga yang terjangkau. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan agar semakin banyak wanita muslim yang menggunakan produk kecantikan yang halal, aman digunakan, dan tidak mengakibatkan efek samping.

Sifat religiuisitas seorang muslimah merupakan sesuatu hubungan yang mengikat antara manusia dan Allah SWT, sehingga manusia memiliki ketergantungan mutlak atas semua kebutuhan dalam kehidupannya, baik kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani, dimana seseorang mengimplementasikan kebutuhan dengan arahan hati dan pikiran untuk senantiasa menjalankan ajaran agama (Gufron, 2012). Dengan begitu konsumen akan lebih memilih manfaat dari produk kecantikan tersebut yang berlabel halal sesuai anjuran yang terdapat pada Firman Allah SWT dalam Q.S Nahl ayat 114 yang berbunyi:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

"Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah".

Dalam Firman Allah SWT diatas dijelaskan bahwa kita sebagai seorang muslim diharuskan untuk mengkonsumsi makanan yang halal lagi baik dari rezeki yang diberikan Allah kepada kita. Jika diperluas, ayat tersebut tidak hanya terbatas menjelaskan makanan yang halal yang kita konsumsi tetapi juga apa yang kita konsumsi diluar tubuh seperti produk kecantikan. Hal inilah yang akan terjadi jika konsumen benar-benar megambil keputusan untuk pembelian suatu produk bergantung pada sifat religiusitasnya agar tetap menjalankan apa yang diperintahkan-Nya.

Hal ini seperti yang dikemukakan penelitian terdahulu oleh Astogini bahwa religiusitas merupakan sebuah bentuk perasaan seseorang terhadap agama yang dianutnya, perasaan tersebut berhubungan dengan suatu keyakinan, simbol, nilai serta aktivitas yang merupakan dorongan dari kekuatan religius. Aspek religius dalam kehidupan sehari-hari sangat lah penting guna untuk mengimplementasikan aturan agama dalam melakukan suatu aktivitas baik aktivitas makan, minum dan melakukan sebuah keputusan pembelian. (Astogini et al., 2011)

Selain itu, produk Wardah yang memiliki kualitas yang baik menjadi daya tarik sendiri bagi seorang konsumen untuk membelinya. Salah satu tujuan dari kualitas produk adalah mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk hasil buaatannya sehingga konsumen mudah dalam melakukan pengambilan keputusan. Pemahaman terkait perilaku konsumen terhadap kualitas produk dapat dijadikan sebagai dasar dari suatu proses keputusan pembelian. Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Joshua & Padmalia, 2016), (Habibah & Sumiati, 2016) dan (Martini, 2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan dalam melakukan keputusan pembelian.

Dibalik kualitas produk bagus dan baik ada harga yang menjadi pertimbangan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap suatu produk berbeda-beda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk (Jayadi, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mutaalimah, 2018) dan (Sudjiono & Prastiti, 2019) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Melihat ketiga komponen seperti religiusitas, kualitas produk, dan harga yang dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian suatu produk, maka peneliti akan fokus untuk menelaah tentang pengaruh religiusitas, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Angkatan 2019-2021.

B. Perumusan Masalah

3. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah menguraikan beberapa masalah yang mengakibatkan terjadinya keputusan pembelian pada produk Wardah di kalangan mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021. Hal-hal yang dapat membuat keputusan pembelian pada produk Wardah antara lain religiusitas, kualitas produk, dan harga.

4. Batasan Masalah

Batasan masalah diadakan untuk mencegah adanya penyimpangan dari permasalahan pokok. Tujuan adanya batasan masalah agar penelitian terarah dan memudahkan untuk menyelesaikan permasalahan

penelitian sehingga penelitian tercapai sesuai dengan tujuannya. Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, ruang lingkup batasan masalah dalam penelitian ini yang menyangkut keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021 dengan variabel yang akan diteliti antara lain religiusitas (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3).

5. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah religiusitas berpengaruh dengan keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh dengan keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021?
- c. Apakah harga berpengaruh dengan keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021?
- d. Apakah religiusitas, kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk menganalisis pengaruh religiusitas dengan keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021

- Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dengan keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021
- Untuk menganalisis pengaruh harga dengan keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021
- Untuk menganalisis pengaruh religiusitas, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh religiusitas, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021.

2. Bagi Praktisi

Berdasarkan hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang baru dan lebih mendalam tentang pengaruh religiusitas, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun angkatan 2019-2021.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah yang terdiri dari (identifikasi masalah, batasan masalah, dan

rumusan masalah penelitian), tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.



BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi pemaparan mengenai teori-teori tentang religiusitas, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Selanjutnya membahas tentang pemaparan penelitian terdahulu, menggambarkan kerangka pemikiran, dan menguraikan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai penjelasan tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, definisi operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai pemaparan mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan tentang Wardah serta produk-produk Wardah, pemaparan hasil penelitian yang diolah menggunakan IBM SPSS versi 22. Selanjutnya pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi pemaparan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran-saran yang bisa diberikan dari peneliti kepada beberapa pihak.