

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang, kosmetik dan perawatan kulit semakin berkembang. Tak jarang, kosmetik menjadi kebutuhan pokok bagi semua wanita saat berbelanja setiap bulan. Menurut Kotler (2003) kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan atau kepuasan dasar tertentu. Seperti kosmetik, kosmetik ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan (Sadzalia, 2015).

Dengan besarnya minat wanita terhadap kosmetik serta keinginan instan untuk mempercantik diri dilakukan secara berlebihan, hal ini disebabkan oleh seseorang yang salah dalam memilih kosmetik dan menggunakan kosmetik tanpa melihat kondisi kulit dan pengaruh lingkungannya. Penggunaan kosmetik memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan adalah kandungan bahan-bahan kimia yang memberi efek tidak sama untuk setiap konsumen dan sedikitnya kesadaran masyarakat terhadap dampak penggunaan jangka pendek maupun kedepannya. Permasalahan ini membuat konsumen perlu memilih produk kosmetika yang aman dan telah diperiksa oleh Badan Pengawas Pangan, Obat dan Kosmetik (BPOM) (Khamilah, 2017).

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim, maka kehalalan akan menjadi hal penting dalam pemasaran, karena konsumen akan memperhatikan label halal yang terdapat pada produk yang diperjual belikan di pasar. Kehalalan adalah pokok utama bagi umat muslim untuk bermuamalah agar manusia selalu berada di jalan yang benar, dan juga kehalalan diperintahkan dalam Alqur'an dan Hadist. Islam mengajarkan kita agar selalu mengkonsumsi yang ada di muka bumi yang serba halal dan baik, baik makanan dan minuman bahkan selain itu seperti kosmetik, obat-obatan dan lain-lainnya (www.halalmui.org, 2021). Sebagaimana telah dijelaskan pada Surah An-Nahl ayat 144, yang berbunyi :

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

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

Ayat tersebut menjelaskan bahwa memakan bukan hanya lewat mulut, tapi memakan tersebut diartikan sebagai mengonsumsi dalam artian menggunakan olahan babi atau bahan yang haram untuk berbagai keperluan termasuk kosmetik. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan yang sangat mendasar bagi umat Islam.

Pemahaman agama yang baik, mengakibatkan konsumen muslim sadar dan lebih selektif dalam mengonsumsi produk yang halal. Dampaknya yaitu semakin tinggi konsumen muslim yang peduli tentang sertifikat halal pada produk yang dibelinya, karena sekarang konsumen banyak yang semakin kritis dan memiliki pengetahuan yang baik sebelum melakukan keputusan pembelian.

Produk kosmetik yang halal ditandai oleh adanya label halal yang terdapat pada produk. Label halal merupakan tanda bahwa produk tersebut halal atau sesuai dengan syariat Islam. Lembaga yang mengeluarkan sertifikat label halal dan sertifikat halal di Indonesia adalah LPPOM MUI. LPPOM MUI merupakan lembaga yang mengeluarkan sertifikat halal suatu produk dari bahan baku maupun ketangan konsumen sesuai dengan syariat Islam (Sonia Cipta, 2020).

Selain label halal, permasalahan konsumen dalam memilih produk ialah harga. Harga yang terjangkau atau sesuai dengan kualitas dan mutu produk yang ditawarkan menjadi pertimbangan bagi konsumen. Bukan hanya itu, harga juga merupakan salah satu faktor penentu berhasil dan tidaknya suatu produk dalam bisnis. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2001).

Tapi masih banyak produk yang beredar di pasaran yang belum mencantumkan label halal resmi dari LPPOM-MUI pada kemasannya. Kosmetik yang tidak halal berarti terdapat kandungan yang dilarang secara islami, dan akan mengakibatkan keraguan serta perasaan tidak tenang (Sari, et.al., 2018).

Minat mahasiswi terhadap kosmetik khususnya mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon sangat besar, mereka sudah mempelajari halal dan haram suatu produk, sehingga mereka tidak akan salah pilih terhadap produk kosmetik. Alat kosmetik ini sebagai kebutuhan pokok yang wajib dimilikinya. Kosmetik yang halal menjadi hal penting bagi wanita muslim yang ingin tampil cantik sesuai syariat islam.

Kosmetik wardah merupakan kosmetik yang banyak diminati oleh mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang ingin tampil cantik namun tidak melanggar ajaran agama dan juga dengan harga yang tidak menguras kantong, tapi kualitasnya sudah teruji. Karena wardah, memberikan jaminan kenyamanan bagi konsumen melalui jaminan kehalalan pada kosmetiknya yang membantu konsumen terhindar dari penggunaan bahan yang diragukan kehalannya. Produk ini jelas mencantumkan label halal pada produk yang dipasarkan. Menurut Makmun komitmen wardah dalam menciptakan produk kosmetik yang halal mendapatkan apresiasi dari Euromonitor International In Cosmetics Paris tahun 2016, kosmetik halal ini mendapatkan Global Fastest Growing Brang tahun 2014-2015 dengan rentang pertumbuhan (20% - 100% pertumbuhan) (Ramdhani, 2019).

Wardah juga memiliki tiga konsep dalam mendukung wanita agar tampil cantik sesuai dengan karakter masing-masing, yaitu :

1. Pure and Save

Yang maksudnya adalah wardah mengandung bahan-bahan pilihan yang aman dan halal

2. Beauty expert

Citra awal wardah sebagai kosmetik yang ditunjukkan untuk wanita muslim yang sekarang berkembang pesat menjadi produk yang dinikmati oleh kalangan luas

3. Inspiring beauty

Sejak tahun 1995 hingga sekarang, Wardah selalu meyakini kecantikan yang menginspirasi. Bagi wanita Wardah, kosmetik tidak hanya untuk tubuh tapi juga untuk jiwa (www.Wardahbeauty.com).

Pengambilan keputusan konsumen menggambarkan konsumen dalam mencapai sesuatu dalam bentuk sikap untuk memilih atau membeli suatu barang berdasarkan pilihan yang ada. Menurut Kolter (2009) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan pembelian konsumen yang dilakukan oleh perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, masalah utama dalam penelitian ini adalah masih banyak produk yang beredar di pasaran yang belum mencantumkan label halal resmi dari LPPOM-MUI pada kemasannya. Kosmetik yang tidak halal berarti terdapat kandungan yang dilarang secara islami, dan akan mengakibatkan keraguan serta perasaan tidak tenang. Maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul “Label Halal, Harga dan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
3. Apakah label halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas dalam penelitian, maka penulis membatasi masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Objek kajian dalam penelitian ini dibatasi hanya pada Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan hanya mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati
3. Untuk mengetahui apakah label halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi jurusan ekonomi syariah IAIN Syekh Nurjati

E. Manfaat Penelitian

Dari uraian yang dipaparkan pada rumusan masalah diatas, maka manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh label halal dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Informasi penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan untuk mempertahankan label halal dan harga.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai konsep label halal dan harga terhadap keputusan pembelian. Serta mendapatkan informasi mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Pembaca

Sebagai sumber informasi bagi peneliti lain maupun pembaca mengenai pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian.

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini ada beberapa penelitian yang mencoba untuk meneliti pengaruh label halal, maupun harga terhadap keputusan pembelian pada suatu produk kosmetik. Penelitian tersebut antara lain:

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Syarida Hafni, Atika Ramadhani,	Pada penelitian Syarida, dkk terdapat 3	Terdapat persamaan variabel	Gaya Hidup, label halal dan harga secara

	<p>dkk. 2016.</p> <p>Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1 tentang “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan)</p>	<p>variabel Independen yaitu Gaya Hidup, Label Halal dan Harga. Sedangkan penelitian ini hanya terdapat 2 variabel Independen yaitu Label Halal dan Harga. Tempat penelitian syarida pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan. Sedangkan penelitian ini, pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon</p>	<p>dependen yaitu Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah</p>	<p>parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan.</p>
2	<p>Fenti Mayang Sari, dkk. 2018.</p> <p>Jurnal Professional FIS UNIVED Vol. 5 No. 1 tentang “Pengaruh</p>	<p>Terdapat perbedaan tempat penelitian. Penelitian Fenti, dkk pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas</p>	<p>Persamaannya terdapat pada Variabel independen yaitu Label Halal dan Harga dan Variabel</p>	<p>Hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya label halal dan harga berpengaruh</p>

	Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Wardah”(Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)	Bengkulu. Sedangkan, penelitian ini pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon	dependen yaitu Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah	secara simultan terhadap keputusan membeli produk kosmetik wardah. Sedangkan, secara parsial label halal dan harga berpengaruh tidak terlalu signifikan terhadap keputusan pembelian.
3	Ghina Kamilah. 2017. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6 No. 2 tentang “Pengaruh Labelisasi Halal dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli”	Penelitian Ghina terdapat 2 variabel independen yaitu Label Halal dan <i>Brand Image</i> . Sedangkan, penelitian ini terdapat 2 variabel independen yaitu Label Halal dan Harga	Terdapat persamaan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian	Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan, sedangkan Brand Image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat

				beli.
4	Fitri Ramadhani. 2019. Skripsi tentang “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan <i>Celebrity</i> <i>Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah” (Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)	Pada penelitain Fitri, terdapat 3 variabel independen yaitu Labelisasi Halal, Harga dan <i>Celebrity</i> <i>Endorse</i> . Sedangkan, penelitian ini terdapat 2 variabel Independen yaitu Label Halal dan Harga. Tempat penelitian Fitri pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. Sedangkan, penelitian ini pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Terdapat persamaan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Kosmetik wardah	Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah. Sedangkan, <i>celebrity</i> <i>endorser</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

				pembelian produk wardah.
5	Shovi Sadzalia. 2015. Skripsi tentang “Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kota Malang”	Penelitian Shovi, terdapat 2 variabel independen yaitu Label Halal dan Religiusitas. Sedangkan, penelitian ini, variabel independen nya yaitu Label Halal dan Harga	Terdapat persamaan pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian	Secara parsial dan simultan atau bersama-sama variabel label halal dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Kota Malang.
6	Dwi Alfiani Puspita, ddk. Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman Vol. 3 No. 4 tentang “Pengaruh Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	Penelitian Dwi, terdapat 2 variabel yaitu Label Halal dan Citra Merek. Sedangkan, penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu Label Halal dan Harga. Tempat penelitian Dwi pada Mahasiswi	Terdapat persamaan pada variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel label halal dan Citra Merek berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah

	<p>Produk Wardah Oleh Mahasiswi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Universitas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman”</p>	<p>Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman. Sedangkan, penelitian ini pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon</p>		
7	<p>Linda Kurniawati, 2018. Skripsi tentang “Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponorogo”</p>	<p>Terdapat perbedaan tempat penelitian. Penelitian Linda pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Muamalah IAIN Ponorogo. Sedangkan penelitian ini pada Mahasiswi IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Terdapat perbedaan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Sedangkan</p>	<p>Terdapat persamaan variabel independen yaitu Label Halal dan Harga</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial dan simultan, variabel Label Halal dan Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen</p>

		penelitian ini keputusan pembelian		
8	Indri Afriliantini, dkk. 2019. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 2 No. 1 tentang "Pengaruh Label Halal dan <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian" (Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa)	Penelitian Indri terdapat 2 variabel independen yaitu Label halal dan <i>Celebrity Endorse</i> . Sedangkan, penelitian ini terdapat 2 variabel independen yaitu Label Halal dan Harga. Terdapat perbedaan tempat penelitian. Penelitian indri pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Kota Sumbawa. Sedangkan, penelitian ini pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Terdapat kesamaan variabel dependen yaitu keputusan pembelian	Label Halal memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Kosmetik Wardah. Sedangkan, <i>Celebrity Endorser</i> memberikan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kosmetik Wardah.
9	Sonia Cipta,	Terdapat	Terdapat	Hasil penelitian

	2020. Jurnal Mitra Manajemen Vol. 4 No. 1 tentang “Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Wardah” (Universitas Telkom)	perbedaan tempat penelitian. Penelitian Sonia pada Universitas Telkom. Sedangkan penelitian ini pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon	persamaan variabel Independen yaitu Label Halal dan Harga. Dan juga, persamaan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian	menunjukkan bahwa Label halal dan Harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah.
10	Khumairotul Khuwaroh, dkk, 2018. Jurnal Ilmiah Riset 8(05) “Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, dan Harga Pada Produk Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	Penelitian Khumairotul, terdapat 4 variabel independen yaitu Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi, dan Harga. Sedangkan penelitian ini, terdapat 2 variabel yaitu Label Halal dan Harga. Dan terdapat perbedaan tempat	Terdapat persamaan variabel dependen yaitu Keputusan pembelian	Hasil penelitian, label halal dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan keamanan bahan dan promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap

	(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2015-2018 Universitas Malang)	penelitian. Penelitian Khumairotul pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2015-2018 Universitas Malang. Sedangkan, penelitian ini pada Mahasiswi IAIN Syekh Nurjati Cirebon	keputusan pembelian.
--	--	--	----------------------

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, peneliti juga berkeinginan untuk meneliti pengaruh Label Halal dan Harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon, yang mana bertujuan juga untuk mengembangkan penelitian-penelitian terdahulu.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini ditulis sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

Pada Bab I merupakan bab yang berisi pendahuluan, yaitu meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Pada Bab II merupakan bab yang berisi landasan teori, yaitu meliputi teori dan konsep setiap variabel penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

Pada Bab III merupakan bab yang berisi metodologi penelitian, yaitu meliputi tempat dan waktu penelitian, desain/metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional atau variabel, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada Bab IV merupakan hasil dan pembahasan dari hasil penelitian, yaitu meliputi kondisi objektif penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

Pada Bab V merupakan bab yang berisi penutup, yaitu meliputi kesimpulan dan saran.

