

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era teknologi dan informasi yang berkembang pada saat ini, dimana segala sesuatu yang dituntut untuk berkreasi dan berinovasi terutama pada produk *skincare*. Produk yang berupa *skincare* menjadi produk kecantikan yang dibutuhkan untuk merawat ataupun mempercantik kulit seseorang. *Skincare* tidak hanya di peruntukkan untuk perempuan saja tetapi juga bisa dipakai untuk laki-laki karena cara kerja *skincare* berbeda dengan kosmetik yang dimana kosmetik hanya digunakan pada bagian luar tubuh manusia. Sedangkan *skincare* digunakan untuk perawatan kulit. *Skincare* merupakan serangkaian aktivitas untuk mendukung kesehatan kulit khususnya wajah dengan menggunakan produk-produk tertentu bisa untuk menenangkan, memulihkan, memperbaiki dan melindungi kulit kita.<sup>1</sup> Penggunaan jenis *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan dapat membuat kulit wajah menjadi sehat.

Seiring berjalannya waktu, produk kecantikan telah mengalami perkembangan dengan munculnya berbagai jenis yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Salah satu contohnya adalah *skincare* dari merek Wardah. Wardah merupakan perusahaan kosmetik yang beroperasi di Indonesia dan didirikan oleh Nurhayati Subakat pada tahun 1995. Merek ini menjadi pelopor dalam industri kosmetik halal di Indonesia dan juga di luar negeri.<sup>2</sup> Wardah dalam menciptakan produk kecantikan bersertifikat halal, membagikan pemahaman baru bahwa cara hidup halal dan produk kecantikan mampu berpadu secara elegan.<sup>3</sup> Perkembangan wardah di Indonesia ini didorong oleh mayoritas penduduk Indonesia yang

---

<sup>1</sup> Desy, "mengenal sisi positif dan negatif dalam penggunaan *skincare*", UGM, diakses dari <https://ugm.ac.id/id/berita/21564-mengenal-sisi-positif-dan-negatif-dalam-penggunaan-skin-care/>, pada tanggal 28 Agustus 2023 pukul 10.43

<sup>2</sup> Sonia Cipta Wahyurini Dan Nurvita Trianasari, "analisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah", Vol.4 No. 1 (Januari 2020), 40.

<sup>3</sup> Sonia Cipta Wahyurini Dan Nurvita Trianasari, "analisis pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah", Vol.4 No. 1 (Januari 2020), 40.

beragama Muslim, karena halal salah satu faktor yang penting bagi umat muslim, wardah juga berkampanye “halal dari awal” untuk meningkatkan kesadaran masyarakat muslim tentang keberadaan kosmetik dan produk kecantikan halal.<sup>4</sup>

Produk kecantikan halal biasanya ditandai oleh label halal yang tertera pada kemasan. Menurut Yusuf Qardawi, halal adalah segala sesuatu yang boleh dikerjakan, syariat membenarkan dan orang yang melakukannya tidak dikenai sanksi dari Allah Swt.<sup>5</sup> Penyematan label halal menjadi indikator bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ajaran Islam. Di Indonesia, lembaga yang memiliki kewenangan untuk memberikan label dan sertifikat halal adalah LPPOM MUI.<sup>6</sup>

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen sangatlah penting, karena dengan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan akan menjadi tolak ukur dalam permintaan suatu produk.<sup>7</sup> Penetapan harga yang salah dapat mengakibatkan jumlah penjualan menurun, karena itu sangatlah penting dalam membuat penetapan harga yang sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar semakin meningkat.<sup>8</sup>

Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen mencerminkan kemampuan mereka dalam memilih dan membeli barang dengan mempertimbangkan berbagai pilihan alternatif. Menurut K. dan K. keputusan pembelian merupakan bagian integral dari proses pengambilan keputusan pembeli yang lebih luas, dimulai dari pengenalan kebutuhan hingga perilaku setelah pembelian.<sup>9</sup>

---

<sup>4</sup> Ibid, 41

<sup>5</sup> Muhammad Fahmul Iltiham & Muhammas nizar, “*label halal bawa kebaikan*”, (Pasuruan : katalog dalam terbian (KDT)), 13

<sup>6</sup> Utami Argawati, “*uji konstitusionalitas dua lembaga sertifikasi halal*”, MKRI, diakses dari <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=19169>, pada tanggal 28 Agustus 2023 pukul 10.45

<sup>7</sup> Muhammad Fahmul Iltiham & Muhammas nizar, “*label halal bawa kebaikan*”, (Pasuruan : katalog .dalam terbian (KDT)), 62

<sup>8</sup> Alfiah dan Nur Rismatul Muflikha, “*Pengaruh Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada produk Mie Samyang Kecamatan Prigen*”, Vol 5, No.3 (Agustus 2022) : hlm 56, <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>

<sup>9</sup> K and k, “*Marketing Manajemen*”, 2016, 105.

Pada kabupaten Pamekasan banyak warga Pamekasan yang menggunakan *skincare* yang bermerek wardah. Peneliti melakukan pra *survey* dengan 41 responden di Pamekasan secara langsung. Karena menurut Naharyanto pada skripsi Wulan Ayu Sari bahwa setiap sel item pertanyaan diperlukan minimal 10 sampel.<sup>10</sup> Namun peneliti mengambil 41 responden untuk dijadikan responden pra *survey*. Berikut tabel hasil pra *survey* yang dilakukan peneliti kepada 41 warga di Pamekasan tentang preferensi terhadap beberapa produk *skincare*.

**Tabel 1.1**  
**Preferensi warga di kabupaten Pamekasan terhadap beberapa produk *skincare*.**

<b>Nama produk</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Wardah	20	48,8%
Avoskin	12	29,3%
Somethinc	7	17,1%
Lainnya	2	4,9%
Jumlah	41	100%

**Sumber:** data hasil *prasurvey* warga Pamekasan

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa produk *skincare* yang paling banyak diminati adalah *skincare* wardah yaitu sebesar 48,8% dengan frekuensi 20 orang. Mereka menyatakan menyukai atau memilih produk *skincare* wardah diantaranya yaitu kepercayaan

---

<sup>10</sup> Wulan Arum Sari, "Pengaruh kepercayaan konsumen dan pengalaman pembelian masyarakat Tulungagung terhadap minat beli produk online marketplace (Studi kasus pada pengguna marketplace shopee di Tulungagung)" (Skripsi, UIN Sayyid Ali Rahmatullah, 2022), 4-5

terhadap label halal yang tercantum dalam setiap produk kemasannya serta harganya yang sangat terjangkau.<sup>11</sup> Maka, penulis memutuskan untuk meneliti **“Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Wardah Di Pamekasan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan?
3. Apakah label halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen *skincare* wardah di Pamekasan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh label halal dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan

---

<sup>11</sup> Hasil Observasi Sementara Terhadap Warga Di Pamekasan Yang Dilakukan Pada Tanggal 1 Mei 2023

#### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.<sup>12</sup> Adapun asumsi dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan dapat dipengaruhi oleh label halal dan harga.
2. Jika label halal yang diberikan/dicantumkan pada produk *skincare* baik atau sesuai dengan yang diharapkan, serta jika disertai dengan harga yang relatif murah/terjangkau maka akan menciptakan keputusan pembelian pada konsumen.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris.<sup>13</sup> Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan.
2. Harga berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan.
3. Label halal dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen produk *skincare* wardah di Pamekasan.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

---

<sup>12</sup> Tim Penyusun Penulisan Karya Tulis Ilmiah, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah”, (Pamekasan IAIN Madura September 2020), 17.

<sup>13</sup> Ibid hlm 18

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kegunaan atau pengetahuan baru bagi konsumen maupun produsen kegunaan yang dapat diperoleh diantaranya:

1. Secara teoritis : dengan Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi, ilmu dan informasi mengenai pengaruh dari label halal dan harga terhadap masyarakat.
2. Manfaat praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan berguna bagi
  - a. Bagi perusahaan : Penelitian ini diharapkan agar perusahaan dapat mengetahui pengaruh label halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah. Informasi pada penelitian ini diharapkan pada perusahaan untuk mempertahankan label halal dan harga.
  - b. Bagi peneliti : Diharapkan pada penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Serta dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari agar menjadi dasar penelitian berikutnya.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian digunakan untuk memberikan batasan terhadap variabel-variabel penelitian, populasi atau subjek penelitian, dan lokasi yang akan diteliti.<sup>14</sup> Terdapat dua jenis variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini, variabel independen (variabel X) yang terdiri dari label halal (X1), dan harga (X2). Sedangkan yang menjadi variabel dependen (Y) adalah variabel keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang ada di Pamekasan Madura.

1. Variabel independen (X)

---

<sup>14</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D," (Bandung: Alfabeta, 2019), 67.

Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari dua:

a. Label halal ( $X_1$ )

Indikator pengukuran variabel label halal ( $X_1$ ) menurut (Mahwiyah 2010) dalam skripsi Nurul Fajrina, yaitu:

- 1) Pengetahuan
- 2) Kepercayaan
- 3) Penilaian.<sup>15</sup>

b. Harga ( $X_2$ )

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Meithiana Indrasari, indikator pengukuran variabel harga  $X_2$  yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat<sup>16</sup>

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Rafita (2017) dalam skripsi Ronaldo Klisman, keputusan pembelian dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain:

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternative
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku pasca pembelian.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Nurul Fajrina, "Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian pada produk makanan ringan (Studi komparatif pada masyarakat Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)", (Skripsi, UIN AR-RAINY Banda Aceh, 2020), 18.

<sup>16</sup> Meithiana Indrasari, "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan". (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm 43-44

## H. Definisi Istilah

Agar memudahkan pembaca untuk memahami judul pada penelitian ini, maka kiranya peneliti merumuskan definisi istilah yang terdapat di dalam judul ini yaitu :

1. Label halal adalah tanda kehalalan suatu produk yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha.<sup>18</sup>
2. Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh, terpadu, terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar.<sup>19</sup>
3. Harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan oleh konsumen dengan manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa. Nilai ini ditentukan oleh penjual dan bersifat seragam terhadap semua pembeli untuk suatu harga tertentu.<sup>20</sup>
4. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa.<sup>21</sup>
5. Keputusan pembelian adalah suatu keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.<sup>22</sup>
6. Konsumen merupakan individu yang terlibat dalam upaya untuk mendapatkan dan menggunakan barang serta jasa ekonomis, yang mencakup pengambilan keputusan dalam menentukan langkah-langkah tersebut.<sup>23</sup>
7. Produk mencakup segala hal, baik berupa barang maupun jasa, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia.<sup>24</sup>

---

<sup>17</sup> Ronaldo Klisman, "Pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik safi (studi kasus mahasiswi FEBI Universitas Islam Riau)" (Skripsi, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2021), 44.

<sup>18</sup> Muhammad Fahmul Iltiham & Muhammas nizar, *label halal bawa kebaikan*, (Pasuruan : katalog dalam terbian (KDT)), 30

<sup>19</sup> Meithiana Insrasari Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, (Surabaya:Utomo Press 2019), 2.

<sup>20</sup> Ibid, 61

<sup>21</sup> Ibid, 14.

<sup>22</sup> Ibid, 77

<sup>23</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen* (Bandung-PT Refka Adtama, 2012), 3

<sup>24</sup> Agustinus Johannes Djohan, *Manajemen & Strategi Pembelian* (Malang:Media Nusa Creative, 2016), 5

8. Skincare, atau perawatan kulit, merujuk pada proses perawatan kulit yang melibatkan penggunaan produk perawatan kulit khusus. Produk tersebut dirancang dengan kandungan bahan yang aman dan sesuai dengan jenis kulit wajah individu untuk memberikan manfaat optimal.<sup>25</sup>

Jadi yang dimaksud dari judul di atas adalah untuk menjawab/membahas pengaruh label halal dan harga baik secara parsial maupun simulan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *skincare* wardah di Pamekasan.

## I. Kajian Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa kajian penelitian erdahulu yang memiliki keterkaitan dengan pengaruh label alal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ummu Habibah dan Sumiati dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Bangkalan”, yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah dengan persamaan regresi  $Y=1,466+0,629(X_1)+0,321(X_2)$  dengan nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,732 atau 73,2%.<sup>26</sup>
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Sinta Anggraini dengan judul penelitian “pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan (studi kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi)”, metode penelitian yang digunakan mengacu pada pendekatan kuantitatif, ruang lingkup penelitian ini menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Dimana variabel terikatnya adalah keputusan pembelian pada produk makanan impor dalam kemasan, dan variabel

---

<sup>25</sup> Vadlya Maarif, Hidayat Muhammad Nur dan Tri Ayu Septianisa, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare Yang Sesuai Dengan Jenis Kuit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy”, *Jurnal Sains dan Manajemen*, Vol 7 No. 2 (September 2019), 73

<sup>26</sup> Ummu Hasanah dan Sumiati, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Produk Kosmetik Warah Dikota Bangkalan”, *ekonomi dan bisnis*, 1 (maret 2016), 31

yang dianggap memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu: labelisasi halal dan harga. Hasil dari penelitian ini secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya yaitu keputusan pembelian makanan impornya.<sup>27</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Dwi Setia Teriga dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan area Medan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, label halal dan harga itu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah yang dilakukan oleh Mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan area Medan tersebut.<sup>28</sup>

**Tabel 1.2**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik wardah (Studi kasus mahasiswi IAIN Madura)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. teknik pengumpulan data sama menggunakan kuisioner</li> <li>- Variabel sama yaitu harga, label halal dan keputusan pembelian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi penelitian pada mahasiswa IAIN Madura</li> <li>- Produk berupa kosmetik</li> </ul>

<sup>27</sup> Dwi Sinta Anggraini, “Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Impor Dalam Kemasan (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi), (Skripsi UIN STS Jambi, 2020), 31

<sup>28</sup> Eka Dwi Setia Terigan, “Pengaruh Gaya Hidup, Label halal dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan, *Jurnal konsep bisnis dan Manajemen*. Vol.3 No 1, November 2016, 45.

2	<p>pengaruh labelisasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian produk makanan impor dalam kemasan (studi kasus Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sama- sama menggunakan pendekatan Kuantitatif serta tehnik pengumpulan datanya sama- sama menggunakan Angket/kuisione r</li> <li>- variabel label halal, harga dan keputusan pembelian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Objek pada penelitian saya yaitu produk <i>skincare</i> wardah</li> <li>- Lokasi penelitian pada mahasiswa FEBI UIN STS Jambi</li> <li>- Produk berupa makanan impor dalam kemasan</li> </ul>
3	<p>Pengaruh Gaya Hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan area Medan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sama- sama menggunakan pendekatan Kuantitatif.</li> <li>- Variabel label halal dan harga terhadap keputusan pembelian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel yang berbeda yaitu gaya hidup.</li> <li>- Lokasi penelitian pada mahasiswa program studi Manajemen FE Universitas Medan</li> </ul>

**Sumber** : Jurnal Penelitian terdahulu