

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

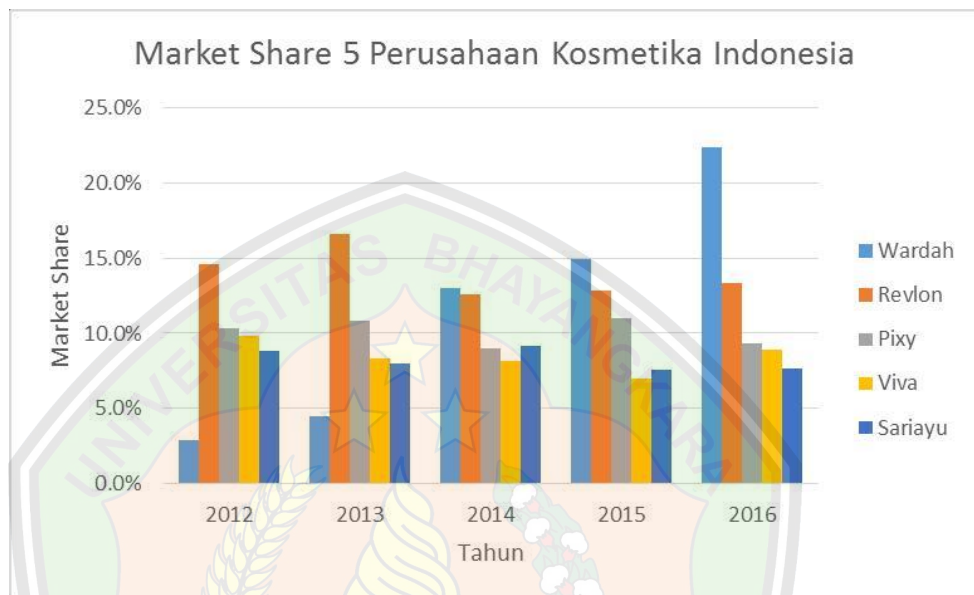
Pada zaman globalisasi yang dibidang zaman modern ini banyak sekali perusahaan yang bersaing di bidang kecantikan Perusahaan dituntut untuk memberi pelayanan terbaik untuk konsumennya. Perusahaan berlomba-lomba untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk memperkuat daya saing pasar, diperlukan strategi peningkatan kualitas produk melalui peningkatan kualitas yang berkesinambungan. Zaman sekarang ini banyak kalangan anak muda yang ingin mempercantik dirinya. Cara wanita merawat dirinya yaitu dengan memoles produk tersebut ke tubuh mereka untuk itu mereka sangat membutuhkan produk kosmetik agar dirinya tampak cantik dan percaya diri di depan orang banyak.

Kosmetik dapat dibidang salah satu barang wajib bagi seorang wanita. Tanpa disadari bahwa wanita tidak bisa lari dari kosmetik. Kosmetik dipakai wanita setiap harinya dimanapun tempatnya kosmetik tidak akan pernah lepas. Mereka menjadikan itu sebagai kebutuhan mereka dimulai dari pagi sampai malam hari sesuai dengan kesibukan masing-masing baik disaat berpergian maupun dirumah saja agar selalu tampak cantik dan bersinar. Dengan menggunakan rangkaian secara rutin wajah akan terlihat bersih dan *glowing*.

Kondisi pasar seperti sekarang ini konsumen mendapatkan penawaran seperti penawaran, harga, kualitas produk agar perusahaan dapat menarik pembeli produk mereka. Dengan semakin banyaknya orang yang membutuhkan maka tidak heran jika banyak brand-brand ternama muncul ataupun brand lama yang terus meningkatkan inovasinya. Dengan hadirnya kosmetik para wanita, terutama remaja, dewasa dan orang tua selalu menyisakan uangnya untuk membeli kosmetik yang diinginkan. Dengan meningkatnya penjualan maka store Bekasi semakin bisa meningkatkan kualitas dan peduli terhadap penampilan.

Wardah merupakan brand lokal indonesia yang sangat populer dan kosmetik yang sudah bersertifikat halal jadi tidak ada yang diragukan lagi untuk membeli produk brand wardah tersebut. Beberapa artikel menampilkan produk wardah ini

memiliki minat beli yang sangat tinggi jika dibandingkan dengan brand lainnya. Produk wardah menempatkan posisi pencarian paling teratas. Permintaan ini lebih tinggi dari merek lokal lainnya wardah mempunyai keunggulan dengan mempunyai khas yaitu sudah berlabel halal maka produk wardah dipandang baik dari sudut pandang masyarakat.



Gambar 1.1 *Market Share* Perusahaan Kosmetik 2012-2016

(Sumber: Diolah dari data Top Brand Index Indonesia 2012-2016)

Berdasarkan sumber data yang diperoleh dari data diatas dilihat bahwa penjualan dari beberapa produk kosmetik mengalami kenaikan dan penurunan penjualan selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2012-2014 Wardah mengalami penurunan namun pada tahun 2015-2016 Wardah mengalami kenaikan yang cukup tinggi. Walaupun produk Wardah selalu meningkatkan kualitas produknya tetapi produk Wardah masih bisa mengalami penurunan dari tahun ke tahun hal ini dikarenakan banyaknya perusahaan yang ingin bersaing dan meningkatkan pangsa pasarnya dengan selalu meningkatkan kualitas produknya. Disamping itu Wardah mencantumkan labelisasi halal pada produk kemasannya tetapi Wardah masih saja mengalami penurunan di beberapa tahun, hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian karena banyaknya perusahaan yang juga meningkatkan pangsa pasarnya dengan mencantumkan label halal.

Label halal sangat penting terutama di negara Indonesia. *Brand manager* Wardah kosmetik mengatakan selalu mengutamakan aspek halal dalam tiap produk. "Halal tersebut berarti memakai bahan baku yang nyaman untuk kulit serta sesuai dengan hukum Islam dan mempunyai proses penciptaan yang cocok dengan syariat Islam serta tidak menyakiti makhluk hidup lain" ungkap ia di Kawasan Industri Jatake Tangerang, baru-baru ini. Hal ini membuat konsumen yakin dan merasa aman untuk membelinya. Produk wardah tidak hanya berupa bedak, lipstik saja tetapi ada rangkaian berbagai skincare seperti toner, serum, cream siang ataupun malam.

Selain label halal yang bisa mempengaruhi konsumen adapun kualitas produk yang bisa mempengaruhi konsumen yaitu bahan kandungan yang ada di dalam produk tersebut. Sudah dipastikan dan di uji klinis bahwa produk ini menggunakan bahan-bahan yang aman sehingga ketika digunakan tidak menimbulkan alergi. Sehingga konsumen tidak merasa khawatir untuk memutuskan pembelian dan berniat untuk membeli produk tersebut.

Pendiri brand Wardah Kosmetik yaitu Nurhayati Subakat dan dibawah naungan PT Paragon *Technology and Innovation* . Penjualan produk Wardah *cosmetick* telah mencapai total penjualan Rp. 13,4 milyar dalam jangka waktu 2 minggu. Berikut data yang bisa dilihat dibawah sini dari berita yang diunggah pada tanggal 6 April 2021.



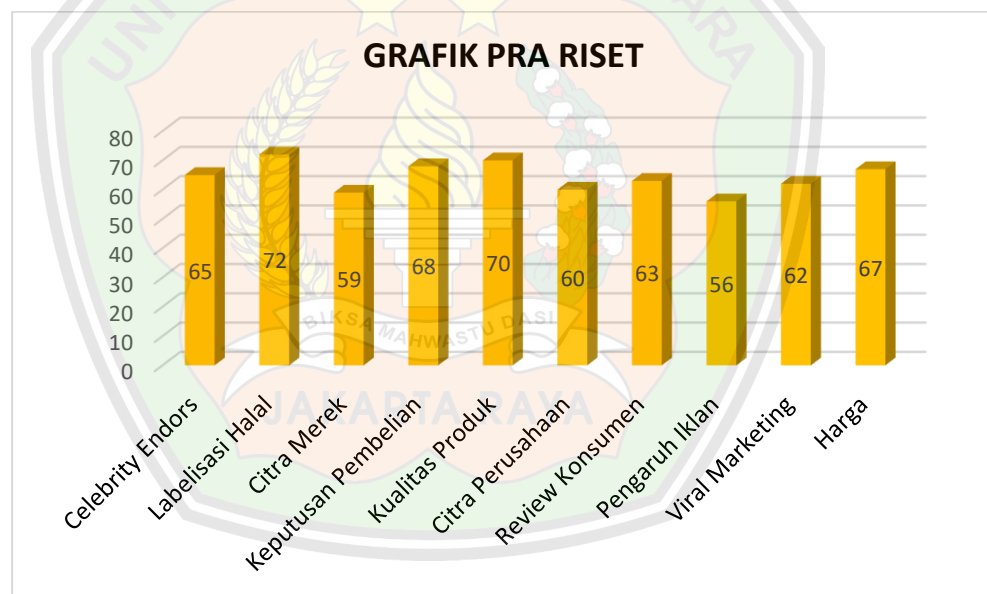
Gambar 1.2 Total Penjualan Wardah

(Sumber : <https://compas.co.id/article/data-penjualan-wardah/>)

Tidak diragukan lagi jika brand wardah menjadi salah satu produk kecantikan yang halal di tanah air. Ada beberapa kategori produk terlaris di awal Februari 2021 ini yaitu:

- 1) Lipstik, menjadi posisi pertama dengan tingkat penjualan yang mencapai 2 miliar yaitu kategori “Wardah *Colorfit Velvet Matte Lip Mousse*”.
- 2) Pelembab wajah, menjadi posisi kedua dengan total penjualan mencapai 1,8 miliar yaitu kategori pelembab “Wardah *Lightening Night Cream Advanced Niacinamide 30 g*”.
- 3) Bedak, wardah mempunyai berbagai macam bedak yaitu bedak tabur dan bedak padat kategori bedak ini menjadi peringkat ketiga dengan total penjualan mencapai 1,25 miliar

Adapun dukungan hasil berdasarkan pra riset maka didapat hasil sebagai berikut seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.3:



Gambar 1.3 Grafik Hasil Pra Survey

Hasilnya pra riset ini adalah bahwa 3 faktor yang dominan mempengaruhi Y adalah sebagai berikut:

- Skor tertinggi 1= faktor Labelisasi Halal sebagai variabel X1
- Skor tertinggi 2= faktor Kualitas Produk sebagai variabel X2
- Skor tertinggi 3= faktor Keputusan Pembelian sebagai variabel X3

Berdasarkan hasil pra riset yang sudah di sebarakan ke 20 responden, maka tema literatur review ini adalah Model Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal dan Kualitas Produk. Dapat dilihat bahwa labelisasi halal dan kualitas produk mengalami kenaikan yang kurang baik dikarenakan masih minimnya konsumen yang belum tau mengenai produk yang sudah berlabel mereka terlalu terburu-buru untuk membeli produk akan tetapi tidak melihat terlebih dahulu apakah produk tersebut ada label halal atau tidak.

Diharapkan keberadaan label halal senantiasa ada di setiap kemasan produk Wardah karena dengan adanya label halal akan menjadi pertimbangan konsumen agar semakin yakin untuk memilih produk Wardah. Masyarakat akan lebih mudah untuk melihat keberadaan label yang telah mendapat sertifikasi resmi dari MUI yang ada pada tiap kemasan produk terutama bagi konsumen muslim.

Adapun Kualitas produk mengalami fenomena yang kurang baik dikarenakan produk yang dimiliki Wardah tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga produk Wardah tidak semuanya sesuai dengan jenis kulit dan usia dengan ini akan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Wardah. Maka dari itu perusahaan Wardah perlu terus meningkatkan kualitas produk dan menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing konsumen serta harus menggunakan bahan-bahan yang berkualitas agar kosmetiknya tidak cepat luntur. Hasil pra riset ini sejalan dengan riset sebelumnya yaitu (W. G. P. A. Hidayat, 2018) dan (Yanti & Darwanto, 2021).

Alasan peneliti mengambil judul ini yaitu ingin mengetahui apakah konsumen di Bekasi melakukan pemutusan pembelian melihat ada tidaknya label halal dan kualitas produk dan apakah label halal dan kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian melalui minat beli pada konsumen wardah di Bekasi.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis penting untuk melakukan penelitian dan sejauh mana pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen. Oleh karena itu maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN**

PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN WARDAH DI BEKASI)“

1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Terjadi penurunan penjualan pada Wardah tahun 2012-2014 hal ini dipengaruhi oleh kualitas produk yang terus bersaing.
- 2) Terjadi persaingan kualitas produk dan ini berdampak kepada keputusan pembelian.
- 3) Terjadi penurunan dikarenakan banyaknya persaingan yang berdampak signifikan pada labelisasi halal.
- 4) Terjadi penurunan pada minat beli dan berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah riset pada konsumen Wardah di Bekasi adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap minat beli konsumen ?.
- 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen?.
- 3) Apakah labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian?.
- 4) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?.
- 5) Apakah minat beli konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian?.
- 6) Apakah minat beli konsumen terbukti memediasi labelisasi halal terhadap keputusan pembelian?.
- 7) Apakah minat beli konsumen terbukti memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian?.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan rumusan masalah maka tujuan penelitian pada konsumen Wardah di Bekasi adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

- 1) Pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli konsumen
- 2) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen
- 3) Pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian
- 4) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

- 5) Pengaruh minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian
- 6) Bahwa minat beli konsumen terbukti memediasi labelisasi halal terhadap keputusan pembelian
- 7) Bahwa minat beli konsumen terbukti memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian bagi penulis serta pembaca yaitu sebagai berikut:

1) Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bacaan serta informasi bagi peneliti serta pembaca lainnya terutama dari segi variabel yang berkaitan dengan pengaruh labelisasi halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya.

2) Manfaat praktis

Hasil penelitian ini bisa menambah wawasan bagi mahasiswa mengenai ilmu pemasaran serta pengetahuan tentang masalah yang diteliti dan bisa menjadi sumber informasi bagi perusahaan atau masyarakat untuk mengambil keputusan saat memilih kosmetik Wardah. Serta bisa menjadi pembanding teori serta praktek di langsung dilapangan.

1.6 Batasan Masalah

- 1) Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu konsumen pada Wardah kosmetik di Bekasi
- 2) Produk yang akan diteliti yaitu produk kecantikan yaitu Wardah Kosmetik
- 3) Labelisasi halal akan di fokuskan hanya pada produk kecantikan produk kosmetik
- 4) Kualitas produk yang akan peneliti lakukan adalah produk wardah yang akan diberikan kepada konsumen Wardah di Bekasi
- 5) Keputusan pembelian yang akan peneliti lakukan adalah keputusan pembelian pada konsumen Wardah
- 6) Minat beli yang akan peneliti lakukan adalah minat beli pada konsumen Wardah

- 7) Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian namun yang diteliti adalah labelisasi halal, kualitas produk dan minat beli.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan cerminan riset secara beruntun, penulis menyajikan sistematika penyusunan ialah penjelasan pendek mengenai hal yang nantinya hendak dilaporkan. Sistematika penyusunan terdiri dari:

BAB I : BAB 1 yaitu bab pendahuluan dalam sebuah skripsi yang terdiri dari latar belakang masalah, penelitian terdahulu, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II: BAB II ini terdiri dari literatur yang mendasari topik penelitian , penelitian terdahulu, kerangka penelitian, rumusan hipotesis.

BAB III: BAB III ini terdiri dari metode peneltian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, Waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV: BAB IV ini terdiri dari sejarah perusahaan, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: BAB V ini berisi tentang kesimpulan dan saran.