

PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MEREK WARDAH DI KOTA LHOKSEUMAWE

Rika Saprianti, S.A.B¹⁾, Dr. Nursanjaya, S.Ag, M.Pd²⁾

Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Email : : Rikasaprianti98@gmail.com

Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Email : nursanjaya@gmail.com

ABSTRACT

The goal of this study is to see how the halal label, product quality, and pricing affect purchase decisions. The halal label (X1), product quality (X2), and pricing were the independent factors in this study (X3). Purchasing decisions for Wardah brand cosmetics are the dependent variable in this study. This study used 80 respondents from the Wardah consumer population in the city of Lhokseumawe as a sample. Primary data or direct use of a questionnaire were used to obtain data in this study. Multiple linear regression analysis was employed as the method of analysis. The f test and the t test are the hypothesis tests used in this investigation.

Keywords: Halal Label, Product Quality, Price, Purchase Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah label halal (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian dalam membeli produk kosmetik merek Wardah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden dari populasi konsumen Wardah di kota Lhokseumawe. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah data primer atau langsung menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji f dan uji t. Hasil penelitian analisis yang dilakukan secara parsial diketahui bahwa variabel label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada kosmetik wardah.

Kata Kunci : *Label Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara maju dapat dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin pesat, mulai dari muncul nya produk-produk terbaru yang tentu saja terus melakukan inovasi baru. Salah satu yang berkembang saat ini adalah kosmetik.

Industri kosmetik di Indonesia pada saat ini sedang berkembang pesat. kosmetik merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen, terutama wanita . kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan primer, berbagai macam jenis produk kosmetik pun saat ini telah banyak di pasarkan. salah satu kosmetik yang cukup terkenal di kalangan konsumen adalah wardah.

Wardah merupakan kosmetik buatan PT Paragon Technology and Innovation yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi kosmetik. Wardah telah mengeluarkan banyak produk seperti bedak, lipstick, *blush on* dan yang lainnya. wardah merupakan kosmetik yang tidak diragukan lagi karena produk tersebut telah mencantumkan label halal. Kosmetik yang halal tentu menjadi jawaban bagi wanita muslimah yang ingin menggunakan produk tersebut sehingga tidak ada keraguan bagi konsumen pada saat membeli. Hal ini yang menjadikan wardah tumbuh menjadi kosmetik yang berlabel halal terbesar di Indonesia dengan nomor sertifikat: 00150010680889 .

Label halal adalah suatu keterangan berupa gambar atau tulisan pada suatu produk . Label halal sangat penting dicantumkan karena produk tersebut masuk ke wilayah Indonesia yang penduduk nya mayoritas umat muslim . produk wardah banyak di perbincangkan bahkan diminati oleh konsumen karena konsumen mengenal produk wardah melalui iklan yang semakin gencar tayang di televisi dengan bintang iklan yang cantik, menarik, dan inovatif. Dengan mengedepankan produk yang halal dan adanya label halal pada produk , wardah menjadi salah satu produk kosmetik pertama yang melakukan promosi dengan label halal baik dalam tiap kemasan produk maupun dalam iklan yang ditayangkan.

Label halal pada produk tentu belum menjamin konsumen tetap memilih produk tersebut karena konsumen tentu melihat sejauh mana kualitas dan harga dari produk wardah tersebut, kualitas produk adalah sesuatu yang dimiliki oleh produk yang dikeluarkan oleh perusahaan guna untuk membedakan produk yang dimiliki dengan produk yang lain untuk memberikan gambaran bagi konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang sangat baik . Sedangkan harga yaitu nilai uang yang harus dibayar oleh konsumen hal ini yang menjadi pertimbangan bagi konsumen jika harga yang ditawarkan terjangkau maka akan memudahkan konsumen untuk

membeli produk wardah, dan jika harga sesuai dengan kualitas maka tidak menjadi keraguan bagi konsumen.

Namun fenomena yang terjadi pada saat ini muncul nya beberapa jenis produk kosmetik yang masih diragukan dari segi kehalalan produk nya seperti produk yang di pasarkan tidak mencantumkan label halal dengan menggunakan bahan-bahan kimia berbahaya ataupun produknya mengandung unsur-unsur non halal dalam artian haram yaitu seperti borax, kandungan minyak babi dan lain sebagainya yang bertentangan dengan syariat Islam.

Hal ini seharusnya dapat di perhatikan bagi konsumen bahwa lebih teliti dalam membeli suatu produk khususnya produk kecantikan, karena hal ini sangat berdampak besar bagi kesehatan kulit. Banyak konsumen yang tertarik dengan produk yang di jual dengan harga murah tanpa memikirkan efek samping dari produk tersebut.

Maka dari itu perusahaan kosmetik wardah terus melakukan inovasi dan menampilkan produk nya melalui iklan agar konsumen lebih mengerti bahwa kosmetik yang halal sangat penting di perhatikan dengan kualitas yang baik pula dan dapat di beli dengan harga yang terjangkau , sehingga tidak terjadi perpindahan merek .

Saat konsumen merasa puas dengan produk wardah maka konsumen akan terus melakukan pembelian ulang. kepuasan perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Asmuji, 2012)

Hal ini yang memberikan peluang kepada konsumen untuk mengevaluasi dan memilih produk mana yang akan di gunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. Karena saat ini terjadi persaingan yang semakin ketat dengan muncul nya produk-produk kosmetik terbaru .

Saat perusahaan memberikan apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumen maka menjadikan perusahaan tersebut berhasil dalam bisnis nya dan berhasil membuat konsumen tertarik dan membeli produk yang di tawarkan oleh perusahaan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen

dalam melakukan pembelian suatu produk dan jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat .

Label Halal

Menurut UU Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan menyebutkan bahwa label pangan adalah setiap keterangan mengenai suatu produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada produk, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.

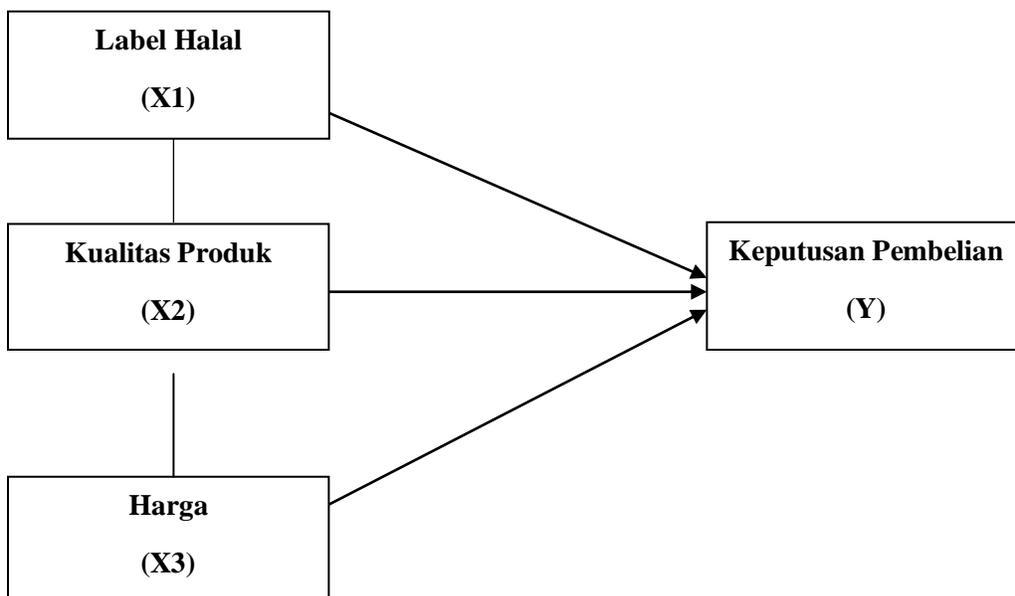
Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), kualitas produk merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan.

Harga

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:141), harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

KERANGKA KONSEPTUAL



H1 : Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah di Kota Lhokseumawe

H2 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah di Kota Lhokseumawe

H3: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah di Kota Lhokseumawe

H4 : Label Halal, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Wardah di Kota Lhokseumawe

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Lhokseumawe . Objek dalam penelitian ini adalah konsumen produk kosmetik merek wardah yang berlokasi di Kota Lhokseumawe.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan dan melakukan pembelian kosmetik Merek Wardah di Kota Lhokseumawe. Hair (2006:12) merekomendasikan apabila populasi tidak diketahui, jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 16, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 5 \times \text{indikator variabel} \\ &= 5 \times 16 \text{ indikator variabel} \\ &= 80 \text{ sampel} \end{aligned}$$

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Adapun teknik pengumpulan data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuesioner . kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur dengan menggunakan Skala Likert. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian dan mendapatkan data dengan reliabilitas dan validitas yang setinggi mungkin.

Skala pengukuran jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS) : 5

Setuju	(S)	: 4
Ragu-Ragu	(RR)	: 3
Tidak Setuju	(TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	: 1

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi butiran-butiran pertanyaan yang diberikan pada responden untuk diberikan jawaban atau tanggapan.

METODE ANALISIS DATA

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda. Analisis data digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu : Label Halal (X1) Kualitas produk (X2), Harga (X3) yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Wardah (Y), Adapun bentuk persamaan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (Variabel dependen)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel independen

e = kesalahan penggunaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Label Halal (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk kosmetik merek Wardah di Kota Lhokseumawe

Hasil uji secara parsial (uji t) pada variabel Label Halal (X1) memiliki signifikansi di bawah 0,05 yaitu 0,003. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Label Halal (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini juga terjadi sebagaimana diketahui bahwa konsumen Wardah memang sudah sering melihat label halal pada setiap produk nya, Sehingga diindikasikan menjadi penyebab tingginya keinginan konsumen melakukan keputusan pembelian

terhadap produk kosmetik merek Wardah, selain itu mengindikasikan bahwa dengan adanya label halal pada kemasan produk dapat lebih meyakinkan masyarakat dalam membeli produk Wardah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari hasil jurnal yang dilakukan oleh (Asrina 2015) dengan judul, Pengaruh labelisasi halal, terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Makassar (studi Kasus Pada Giant Supermarket Alauddin) yang mengatakan bahwa labelisasi halal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Kosmetik Merek Wardah Di Kota Lhokseumawe

Hasil uji secara parsial (uji t) pada variabel Kualitas Produk (X2) memiliki signifikansi di bawah 0,05 yaitu 0,028. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dengan adanya kualitas produk mempermudah konsumen untuk mengetahui kualitas suatu produk pada saat konsumen menggunakan produk tersebut . hal ini yang menjadikan kualitas produk tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena kualitas produk dari Wardah memiliki kualitas yang baik .

Hal tersebut terjadi sebagaimana diketahui bahwa pihak perusahaan Wardah memang sudah baik dalam memberikan pengetahuan dasar dalam pengenalan kualitas produk Wardah, sehingga menimbulkan keinginan bagi konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Sehingga diindikasikan menjadi penyebab tingginya keinginan konsumen melakukan Keputusan Pembelian terhadap produk wardah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari hasil jurnal yang dilakukan oleh (Ayu Nopiyanti 2016) dengan judul, Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Bedak wardah Di Kota Pontianak) yang mengatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Kosmetik Merek Wardah Di Kota Lhokseumawe

Hasil uji secara parsial (uji t) pada variabel Harga (X3) memiliki signifikansi di bawah 0,05 yaitu 0,000. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Harga (X3) berpengaruh terhadap

Keputusan Pembelian. Hal ini juga menunjukkan bahwa tingkat Harga pada konsumen wardah mempengaruhi persepsi dan keinginan mereka untuk melakukan keputusan pembelian.

Hal tersebut terjadi sebagaimana diketahui bahwa pihak perusahaan Wardah memasang harga pada produk mereka dibawah rata-rata harga produk kosmetik merek lainnya sehingga dalam penetapan harga pada produk Wardah sudah diterima di kalangan konsumen khususnya pada konsumen yang berada di Lhokseumawe, maka diindikasikan menjadi penyebab tingginya keinginan konsumen melakukan Keputusan Pembelian terhadap terhadap produk wardah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari hasil jurnal oleh (Fenty Mayang sari, 2018) dengan judul, Pengaruh Label halal , dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu) yang mengatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian dan hasil yang telah dilakukan mengenai pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik merek wardah di kota Lhokseumawe, maka peneliti dapat mengambil keputusan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, kosmetik merek wardah.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen di Kota Lhokseumawe.

SARAN

Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Perusahaan agar tetap mempertahankan dalam pencantuman label halal pada semua produk kosmetik wardah didalam kemasan produk maupun pada fisik produk kosmetik Wardah.

2. Produk kosmetik wardah diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia terutama konsumen muslim di Indonesia, oleh karena itu sebaiknya perusahaan agar tetap mempertahankan kualitas dan mutu produk yang sudah baik bahkan terus menyempurnakannya untuk menjaga loyalitas konsumen setia terhadap produk kosmetik Wardah.
3. Sebaiknya Perusahaan agar terus memantau harga produk pada pasar supaya harga yang diputuskan pada produk kosmetik Wardah tepat tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
4. Sebaiknya Perusahaan agar terus bekerjasama dengan LP POM MUI dan pakar-pakar kesehatan untuk mendidik masyarakat tentang pentingnya kosmetik halal, sehat, dan suci

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Famela (2018) *“Pengaruh Label Halal , Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Angkatan 2014-2016 UMM)”*
- Asrina (2015) *”Pengaruh labelisasi halal, terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk kosmetik di Kota Makassar (studi Kasus Pada Giant Supermarket Alauddin)*
- Ayu Nopiyanti (2016) *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Word Of Mout Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Bedak wardah Di Kota Pontianak)*
- Fandi Tjiptono (2015:291) Pengertian, Peranan dan Tujuan Penetapan Harga <http://www.kajianpustaka.com/2016>
- Fenty Mayang sari,2018) *“Pengaruh Label halal , dan harga terhadap keputusan membeli produk kosmetik wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Bengkulu)*
- Fitri Ramadhani (2019) *“Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makasar”*
- Harsanto, *“Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang”* Jurnal Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro <http://text-id.123dok.com>
- Ikhwani (2019) *“Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian. Penerbit indeks jakarta*
- Kotler 2002, Pengertian keputusan pembelian konsumen <http://www.pendidikanekonomi.com>
- Kotler dan amstrong (2003) dasar-dasar pemasaran. Jilid 1, edisi kesembilan, penerbit indeks:jakarta
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13,Jilid I*. Terjemahan : Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip.2000.manajemen pemasaran. Jakarta:Prenhallindo
- Mahwiyah (2010) Pengertian Labelisasi Halal Proses Labelisasi Halal.Manajemen Pemasaran
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015 . *Manajemen Pemasaran, IN MEDIA*:Bogor
- Supranto, 2003,*Metode Penelitian dan Statistik*, PT.Rineka Cipta,Jakarta
- Swastha (1984:141). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta:Liberty.
- Swastha, & Handoko,. 2011. *Manajemen pemasaran-analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta.BPFE
- Tjiptono (2012), Keputusan Pembelian <http://www.kajianpustaka.com>
- Zella Anggraeni(2017) *“Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah ”*