

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai ajaran hidup yang sangat komprehensif, Islam memberikan arahan bagi semua aktivitas manusia, termasuk urusan ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan syariat Islam diturunkan, yaitu untuk mencapai *falah* (kesejahteraan/keamanan) untuk kehidupan baik di dunia maupun di akhirat (Zamzam & Aravik, 2020, hlm. 8). Di era modern ini, banyak teknologi yang semakin canggih. Berbagai merek kosmetik dengan berbagai variasi bermunculan menarik minat konsumen.

Ketika memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, sebagai konsumen tentu kita selalu memikirkan produk yang akan dibeli, seperti model produk, bentuk kemasan, fungsi dan tujuan, kualitas, dan harga.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia di bidang industri kosmetik semakin meningkat dari tahun ke tahun. Kementerian Perindustrian mencatat pertumbuhan yang gemilang sebesar 9,61% pada tahun 2021 (Kementerian Perindustrian, 2021). Seiring bertambahnya jumlah kosmetik, perusahaan kosmetik harus mampu menciptakan inovasi baru yang memuaskan pengguna kosmetik itu sendiri baik dari segi kualitas maupun kesempurnaan berbagai alat bantu rias agar konsumen dapat memilih.

Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya serta kandungan yang ada dalam suatu produk halal dan aman untuk digunakan, maka konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas tinggi, oleh karena itu produk akan selalu berada di hati konsumen.

Kondisi persaingan memaksa produsen untuk menerapkan strategi pemasaran untuk menarik konsumen. Kualitas produk adalah salah satu senjata terpenting untuk mengalahkan pesaing. Jika produk tahan lama, kuat, dan mudah digunakan oleh konsumen, maka produk tersebut akan laku dipasaran. Oleh karena itu, agar konsumen dapat mengenali kualitas produknya, perusahaan harus menyatakan manfaat produk dan kegunaannya yang tertera dalam kemasan.

Sebagaimana diketahui bahwa umat Islam diwajibkan untuk makan makanan halal dan juga dalam penggunaan kosmetik. Peraturan tentang makanan halal tertuang dalam Al-Qur'an. Lawan dari halal adalah haram, yang berarti dilarang menurut hukum Islam. Allah telah menegaskan dalam QS. Al-Maidah/5:3 yang berbunyi :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا
ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ
الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ
أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ

الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ أَضْطُرَّ فِي مُحْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ
 غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣﴾

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Kuridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Kementrian Agama RI, 2020, hlm. 107)

Konsumen muslim cenderung memilih produk yang dinyatakan halal dibandingkan dengan produk yang belum dinyatakan halal oleh lembaga berlisensi. Produk kosmetik dan makanan yang dinyatakan halal lebih aman (Sumarwan, 2011, hlm. 209).

Selain kualitas produk, faktor yang tidak kalah penting dalam keputusan pembelian suatu produk adalah faktor harga. Menurut Tjiptono (2001) harga merupakan salah satu penentu pembelian produk oleh konsumen. Dari perspektif konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator nilai ketika menghubungkan harga dengan manfaat yang dirasakan dari suatu produk atau layanan (Puspita & Suryoko, 2018, hlm. 20).

Strategi untuk menarik konsumen adalah dengan menetapkan harga produk untuk meningkatkan respon pasar. Harga produk diharapkan dapat mendorong konsumen untuk menggunakan produk, serta akan memengaruhi

konsumen untuk tidak memilih produk pesaing. Rangsangan pemasaran terdiri dari empat P. *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) (Kotler & Armstorng, 2008, hlm. 159). Penetapan harga harus didasarkan pada pencapaian tujuan perusahaan. Agar konsumen terpengaruh untuk melakukan keputusan pembelian kosmetik. Oleh karena itu, diperlukan inovasi produk dan kualitas produk yang unggul.

Salah satu industri kosmetik yang meramaikan pasar dalam negeri adalah kosmetik Wardah yang diproduksi oleh PT. Paragon *Technology and innovation*. Yang merupakan salah satu brand kosmetik yang beberapa tahun terakhir berkembang dengan mengutamakan produk yang aman dan halal (*pure and safe*).

Merek Wardah merupakan salah satu merek yang berhasil menciptakan produk berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau. Wardah menawarkan kosmetik yang aman, halal, nyaman dan inovatif yang memenuhi kebutuhan dan preferensi setiap wanita, dengan mengutamakan kualitas perawatan kulit yang unggul. Wardah mempertahankan kualitas produk yang konsisten melalui basis manufaktur yang kuat, memungkinkan untuk memproduksi produk kosmetik dan perawatan kulit yang lengkap. Dengan demikian Wardah menjadi pesaing merek kosmetik lain di pasar domestik (Republika.co.id).

Wardah juga memiliki berbagai macam produk saat ini dari segi harga, Wardah juga menawarkan harga yang sangat kompetitif dengan merek

kosmetik lain dengan tetap menjaga kualitas yang baik. Berikut adalah tabel produk-produk Wardah dan harganya:

Tabel I Jenis dan Harga Produk Wardah

No	Produk	Harga
1	Wardah Exclusive Matte Lip Cream	Rp 52.700
2	Serum Ampoule	Rp 18.000
3	Mascara	Rp 45.000
4	Pensil Alis	Rp 34.000
5	Eyeliners	Rp 37.000
6	Bedak Tabur	Rp 34.000
7	Bedak Padat	Rp 40.000
8	Sabun Muka	Rp 18.000
9	Foundation	Rp 49.000
10	Wardah Face Mist	Rp 26.000

Sumber: www.wardahbeauty.com/id/product/list/sale

Dari data di atas, kita dapat melihat bahwa ada banyak kosmetik Wardah yang beredar di pasaran saat ini. Dan sebagian besar perusahaan kosmetik dalam negeri juga memproduksi produk yang sama. Oleh karena itu, untuk dapat bertahan dalam persaingan dalam pemasaran kosmetik, perusahaan harus lebih berupaya untuk menawarkan produknya kepada konsumen.

Persaingan yang ketat memaksa perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Ada banyak kosmetik serupa dengan tekstur yang sama, tetapi perbedaannya terletak pada kualitas produknya, terutama pada segi harganya.

Konsumen cenderung lebih menyukai harga yang lebih rendah karena lebih menghemat uang dan dapat menggunakan uangnya untuk keperluan lain. Seperti mahasiswa biasa yang menyukai produk berkualitas dengan harga terjangkau. Produk Wardah yang terjangkau juga menjadi alasan untuk

memilih dan membeli kosmetik dari brand ini. Mahasiswi menyukai produk Wardah karena harganya yang terjangkau atau pas dengan dompet mahasiswa.

Kehadiran kosmetik, dimana kualitas dan harga produk yang sangat terjangkau untuk produk juga berperan penting bagi produsen untuk menjalankan usahanya guna menarik minat konsumen untuk membeli. Oleh karena itu, berdasarkan pemahaman di atas, sangat penting bagi konsumen untuk mempertimbangkan produk berdasarkan kualitas produk dan harga produk sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, seperti yang peneliti kemukakan sebelumnya, agar produk yang dipasarkan dapat diterima dan dibeli konsumen. Sehingga perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin Membeli Produk Wardah”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara Parsial terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah?

2. Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara Simultan terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kualitas produk dan harga berpengaruh secara Parsial terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah.
2. Untuk mengetahui Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara Simultan terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang terkait yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan ilmu yang peneliti peroleh selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Dan sebagai tambahan pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran terutama mengenai keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen untuk mengambil kebijakan serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat, terutama dalam Strategi Kualitas Produk dan Harga.

3. Bagi Pihak UIN Antasari Banjarmasin

Penelitian ini sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan UIN Antasari pada umumnya dan perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya serta sebagai referensi bahan penelitian selanjutnya bagi mahasiswa atau kalangan akademisi.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul dan istilah-istilah dalam penelitian ini maka peneliti membatasi masalah yang diteliti agar lebih terarahnya penelitian ini, peneliti membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Kualitas Produk, Menurut Nasution Kualitas Produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Yang peneliti maksud adalah kualitas produk Wardah.
2. Harga, Menurut Buchari Alma adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Yang peneliti maksud yaitu harga yang tertera pada produk Wardah.

3. Menurut Kotler keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yakni Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dalam mengambil keputusan membeli produk Wardah.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian kali ini, ada beberapa penelitian yang relevan dan dapat menjadi tolak ukur dengan masalah yang peneliti lakukan yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurlia Husada (2021) UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Curah di Kota Banjarmasin”. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Banjarmasin dengan sampel 96 responden yang digunakan. Metode penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan Harga dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaannya dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlia Husada menggunakan Kualitas produk dan harga. Namun yang membedakannya yaitu peneliti tidak menggunakan objek minyak goreng tetapi produk Wardah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Meyda Lusi Deniarti (2021) UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Irma Sasirangan Banjarmasin”. Populasi penelitian ini adalah konsumen pada Irma Sasirangan dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, namun kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Persamaannya dengan penelitian yang diteliti yaitu Meyda Lusi Deniarti menggunakan Kualitas produk dan harga. namun yang membedakannya yaitu peneliti tidak menggunakan objek sasirangan tetapi produk Wardah.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Irmaya (2022) UIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Jilbab Saudia pada Mahasiswi UIN Antasari Banajrmasin”. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin dengan sampel 96 responden. Metode penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin. Persamaannya dengan

penelitian yang diteliti yaitu Irmaya menggunakan Kualitas produk dan harga. Namun yang membedakannya yaitu peneliti tidak menggunakan variabel citra merek.

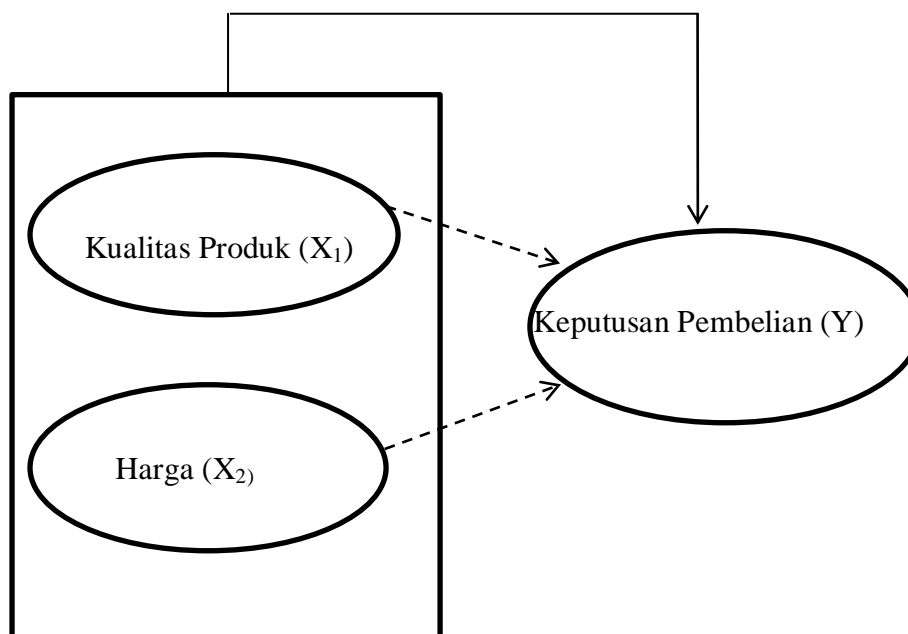
4. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar yang berjudul “Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. Populasi penelitian ini seluruh mahasiswa/i Kalbis Institute yang pernah memakai produk Viva kosmetik dengan sampel 100 responden yang digunakan. Metode penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaannya dengan penelitian yang diteliti yaitu Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar menggunakan kualitas produk. Namun yang membedakannya yaitu peneliti tidak menggunakan variabel citra merek.
5. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ferryal Abdi dan Herwin yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian beras organik di Jakarta” populasi penelitian ini adalah Komunitas Organik Indonesia (KOI) dengan sampel 270 orang responden yang digunakan. Metode penelitian ini yaitu menggunakan metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variasi keputusan pembelian konsumen di Jakarta.

Persamaannya dengan penelitian yang diteliti yaitu Ferryl abdi dan Herwin menggunakan variabel harga dan kualitas produk. Namun yang membedakannya yaitu peneliti tidak menggunakan variabel kualitas pelayanan.

G. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah. Untuk mengetahui pengaruh variabel yang ada maka kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar I



Keterangan :

—————> : Pengaruh Secara Simultan

-----> : Pengaruh Secara Parsial

Pada penelitian ini terdapat 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen terdiri dari Kualitas Produk (X_1), dan Harga (X_2), sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) Produk Wardah. Dari kerangka di atas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) dapat berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).

H. Hipotesis

Menurut Sekaran (2016) Hipotesis dapat didefinisikan sebagai hubungan yang disimpulkan secara logis antara dua atau lebih variabel yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Gunawan dkk, 2020, hlm. 109) Adapun yang menjadi hipotesis penelitian berdasarkan permasalahan penelitian adalah:

H_0 Tidak ada Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Harga secara parsial terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah.

H_a Terdapat Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Harga secara parsial terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah.

H_0 Tidak ada Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah

H_a Terdapat Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap keputusan mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin membeli produk Wardah

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi yang dilakukan ini sesuai dengan pedoman penulisan skripsi yang terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan yaitu Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV dan Bab V

Bab I yaitu pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional. Penelitian terdahulu, kerangka berpikir, hipotesis penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori, pada bab ini di bahas permasalahan yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur dan juga dari berbagai informasi referensi lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Bab III Metode penelitian, yaitu terdiri dari jenis pendekatan penelitian, lokasi penelitian, penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data.

Bab IV laporan hasil penelitian yaitu berisi tentang hasil dan analisis penelitian yang meliputi penyajian data, pengujian hipotesis dan analisis data yang disajikan.

Bab V penutup, dalam bab ini peneliti memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu kepada berbagai pihak khususnya untuk peneliti selanjutnya.