



**PENGARUH LABEL HALAL, GAYA HIDUP, HARGA PRODUK DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH**

(Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Tahun Angkatan 2019)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Umatuz Sukmawati

(21901081279)



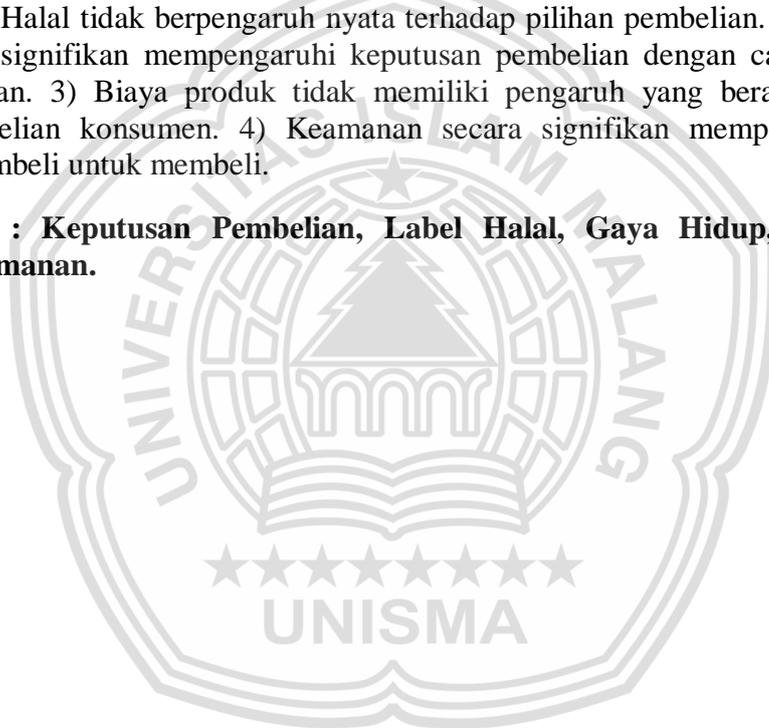
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2023

ABSTRAK

Tingginya daya serap masyarakat terhadap produk kosmetik dan semakin banyaknya perusahaan industri kecantikan di Indonesia menjadi salah satu alasan mengapa penelitian ini dilakukan. Khusus dalam penelitian ini penulis akan membahas produk kecantikan Wardah, dimana produk Wardah menawarkan kosmetik bersertifikat halal. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menentukan dan mengevaluasi bagaimana label halal, gaya hidup, harga produk, dan keamanan mempengaruhi keputusan pembelian Wardah. Dalam penelitian ini objek yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2019 sebagai responden. Dengan menggunakan metode penelitian kausal atau eksplanatori dimana metode ini menentukan sebab akibat antara dua peristiwa yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Adanya label Halal tidak berpengaruh nyata terhadap pilihan pembelian. 2) Gaya hidup secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian dengan cara yang menguntungkan. 3) Biaya produk tidak memiliki pengaruh yang berarti pada pilihan pembelian konsumen. 4) Keamanan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli.

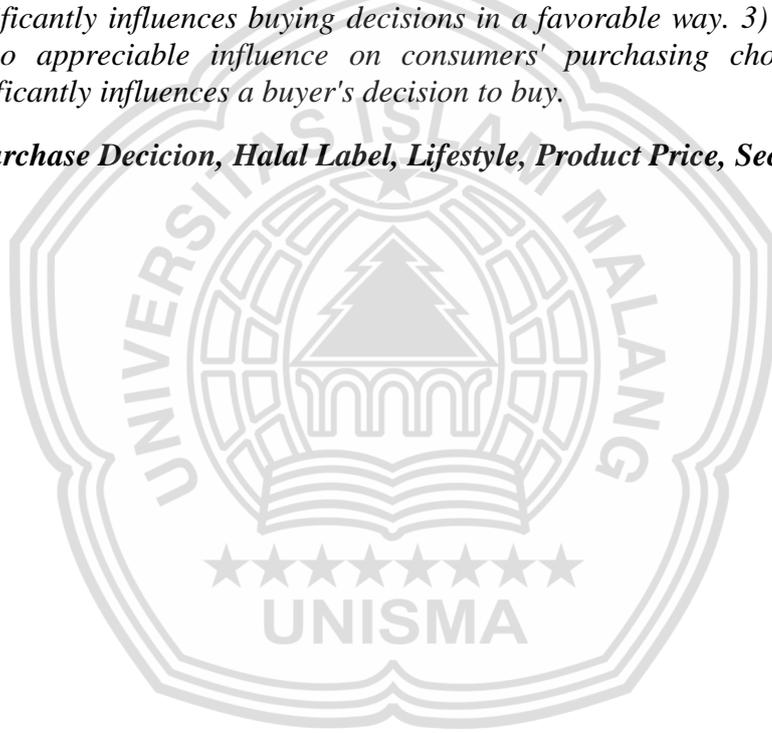
Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Label Halal, Gaya Hidup, Harga Produk, Keamanan.



ABSTRACT

The public's absorption of high cosmetic products and the increasing number of beauty industry companies in Indonesia are one of the reasons why this research was carried out. Specifically in this study, the author will discuss Wardah's beauty products, where Wardah products offer halal-certified cosmetics. This study's major goal is to determine and evaluate how the halal label, lifestyle, product pricing, and safety affect Wardah purchase decisions. In this study, the object chosen was a student of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Class of 2019 as a respondent. By using causal or explanatory research methods where this method determines the cause and effect between the two events that occur. The results of the study show that: 1) The presence of the Halal label has no discernible influence on purchase choices. 2) Lifestyle significantly influences buying decisions in a favorable way. 3) Product costs have no appreciable influence on consumers' purchasing choices. 4) Security significantly influences a buyer's decision to buy.

Keywords: *Purchase Decicion, Halal Label, Lifestyle, Product Price, Security.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

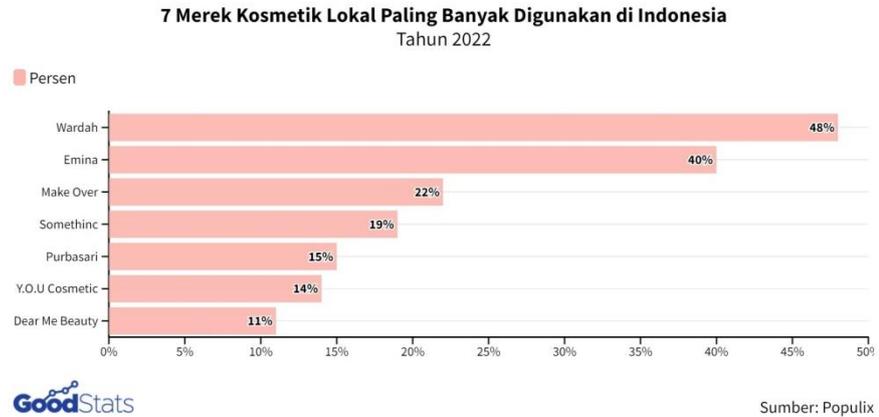
Saat ini di Indonesia kosmetik sudah menjadi kebutuhan bagi banyak masyarakat khususnya untuk kaum hawa, dimana kosmetik sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi mereka. Oleh sebab itu tentu mereka sangat memperhatikan produk perawatan yang akan mereka gunakan. Salah satu yang menjadi daya tarik masyarakat di Indonesia yaitu dengan menggunakan kosmetik halal, dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia adalah seorang Muslim, maka dari itu mengapa kosmetik berlabel halal banyak dicari oleh konsumen di Indonesia, dikarenakan ada beberapa kosmetik yang dapat menyerap kedalam kulit sehingga dapat menghalangi air wudhu.

Hal tersebut membuat para produsen berbondong-bondong untuk menciptakan berbagai macam produk halal. Oleh karena itu saat ini label halal tidak hanya dibutuhkan pada sebuah makanan, minuman atau obat-obatan saja, akan tetapi pada produk kosmetik yang akan digunakan oleh para konsumen juga harus memiliki sertifikat halal.

Diluar hal tersebut, kehalalan sebuah produk pada kosmetik juga sangat diperhatikan antara lain meliputi apa saja kandungan yang terdapat pada kosmetik, bagaimana keamanan yang terdapat pada pembuatan kosmetik, dan gaya hidup seperti apa para konsumen yang menggunakan kosmetik berlabel halal tersebut, hingga keterjangkauan harga yang

terdapat pada kosmetik tentu sangat diperhatikan oleh para konsumen. Masyarakat terlebih kaum hawa cenderung membelanjakan uangnya pada produk kecantikan dan perawatan wajah, oleh karena itu mereka sangat memperhatikan kandungan-kandungan yang terdapat pada produk perawatan kulit mereka. Wanita lebih mengutamakan untuk berbelanja produk kecantikan, perawatan kulit hingga pakaian, karena itu mereka sangat memprioritaskan penampilan (Kasali, 1998 dalam Wahyu, 2016).

Pada saat ini sudah banyak diciptakan berbagai macam produk kosmetik yang berlabel halal, salah satunya kosmetik yang telah berlabel halal yakni produk Wardah. Saat ini produk Wardah sudah berdiri selama 23 tahun dengan selalu memberikan tampilan produk-produk baru dengan berbagai macam jenis kosmetik dengan mengutamakan kehalalan dan keamanan produknya. Dari tahun ke tahun produk Wardah sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia terutama untuk kaum hawa. Produk kosmetik halal ini yang digemari oleh berbagai kalangan dari remaja hingga dewasa, kini sudah memiliki berbagai macam jenis kosmetik. Dengan semakin populernya produk kosmetik berlabel halal tersebut sehingga tentunya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk yang akan digunakan.



Gambar 1.1
Sumber: populix (2022)

Berdasarkan sumber data yang diperoleh dari penjualan diatas dapat dilihat bahwa produk Wardah memiliki persentase penggunaan kosmetik lokal paling banyak di Indonesia ditahun 2022 yakni sebanyak 48%.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) definisi dari keputusan pembelian adalah salah satu bagian dalam perilaku konsumen, dimana perilaku konsumen dalam studi ini menyatakan bahwa bagaimana seseorang atau lebih yang akan melakukan pembelian dengan memilih hingga memakai jasa atau ide dengan pengalaman untuk mencapai permintaan dan kebutuhan para konsumen.

Oleh karena itu keputusan pembelian sangat penting bagi para produsen untuk terus memperhatikan produk baru yang akan diluncurkan agar bisa sesuai dengan permintaan konsumen. Salah satu faktor yang menjadi tolak ukur perusahaan untuk mengembangkan produk baru yang akan dikeluarkan yaitu dengan memperhatikan harga produk dan

keamanan. Maka dari itu penting sekali bagi para produsen untuk menentukan harga penjualan yang sesuai dengan pangsa pasar namun tetap dengan mengutamakan keamanan produk.

Ketika para konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen pastinya akan sangat memperhatikan segala informasi yang tertera pada produk tersebut salah satunya tentang halal atau tidaknya produk yang akan dibeli untuk digunakan. Menurut pendapat Burhanuddin (2017) menyatakan bahwa seorang masyarakat non muslim pun percaya bahwa sebuah produk yang sudah bersertifikasi halal pasti akan memiliki nilai lebih tinggi dan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang belum bersertifikasi halal. Oleh karena itu pentingnya pencantuman label halal pada sebuah produk termasuk kosmetik adalah bertujuan untuk memberi tau para konsumen bahwa produk kosmetik tersebut sudah aman karena telah bersertifikat halal. Dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia adalah seorang Muslim maka salah satu alasan lainnya untuk memenuhi permintaan konsumen dengan memberikan produk kosmetik yang terjamin aman untuk digunakan oleh konsumen.

Selain label halal salah satu hal penting dalam melakukan keputusan pembelian adalah dengan melihat gaya hidup konsumen. Gaya hidup merupakan gambaran bagaimana pola kehidupan seseorang dalam menentukan minat mereka pada suatu hal. Dalam hal ini terkadang seseorang juga sering membelanjakan jumlah pendapatan mereka diatas rata-rata yang tidak seharusnya. Pada penelitian terdahulu juga telah

dijelaskan bahwa gaya hidup merupakan aktivitas, minat hingga opini seseorang terhadap pola kehidupan mereka sehari-hari di dunia. Dalam hal ini gaya hidup seseorang juga dapat mempengaruhi dan membantu produsen ataupun pemasar dalam merumuskan strategi pemasaran, dimana konsumen akan dipengaruhi dengan lingkungan sekitar untuk menentukan pengambilan keputusan pembelian, Somantri et al (2020).

Selanjutnya hal yang juga sangat diperhatikan oleh konsumen yaitu adalah harga. Harga merupakan sejumlah nilai yang ditetapkan oleh produsen pada sebuah produk yang mereka jual untuk konsumen yang akan membayarnya dengan harga tersebut, dengan demikian tentunya konsumen akan mendapat manfaat ataupun kualitas dari barang ataupun jasa yang mereka peroleh dari melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2014) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah biaya atau tagihan yang telah diputuskan pada sebuah barang maupun jasa oleh produsen untuk konsumen dimana harga tersebut ditukarkan dengan manfaat barang maupun jasa yang telah dibeli. Dimana biaya tersebut sewaktu-waktu akan bisa berubah dengan adanya situasi pada saat tertentu.

Demi memperhatikan kenyamanan konsumen selain menentukan harga, produsen juga perlu mengutamakan keamanan dengan cara melakukan pengecekan secara berkala sesuai standar kualitas kontrol yang telah ada. Dalam tahap pengembangan sebuah produk yang akan dikeluarkan, produsen perlu memperhatikan pengujian pada produk untuk memastikan produk benar-benar aman untuk digunakan. Pada penelitian

terdahulu Park dan Kim dalam Mutiara dan Imam (2020) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan sehingga keamanan sangat berperan penting untuk membentuk kepercayaan dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka pada penelitian ini penulis melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Label Halal, Gaya Hidup, Harga Produk dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Wardah” (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Tahun Angkatan 2019)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal, gaya hidup, harga produk dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wardah?
2. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wardah?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wardah?
4. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wardah?
5. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wardah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa hal yang menjadi tujuan dari penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal, gaya hidup, harga produk dan keamanan terhadap keputusan pembelian Wardah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Wardah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Wardah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian Wardah.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian Wardah.

1.3.2 Manfaat Penelitian

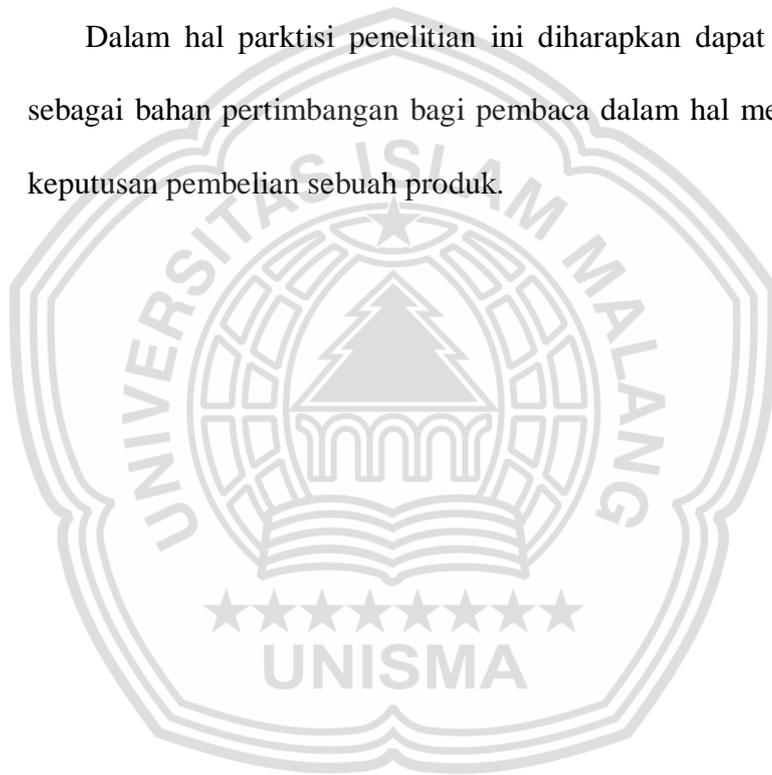
Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan bermanfaat baik bagi peneliti selanjutnya maupun bagi konsumen produk Wardah. Antara lain dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara teori penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca dalam menerapkan ilmu dan teori-teori selama masa kuliah.

2. Manfaat Praktis

Dalam hal parktisi penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca dalam hal melakukan keputusan pembelian sebuah produk.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Label Halal, Gaya Hidup, Harga Produk dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Wardah (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Tahun Angkatan 2019) dapat disimpulkan bahwa :

1. Label Halal, Gaya Hidup, Harga Produk dan Keamanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Label Halal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4. Harga Produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian

5.2 Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa faktor yang terjadi saat proses pengerjaan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Jumlah sampel yang disajikan pada penelitian ini hanya menggunakan Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Tahun Angkatan 2019.

2. Dalam proses pengumpulan data informasi yang diberikan responden masih ada beberapa yang belum menunjukkan jawaban yang sebenarnya.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel Label Halal, Gaya Hidup, Harga Produk dan Keamanan yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan masih terdapat banyak variabel lain yang juga mempengaruhi Keputusan Pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya maka penelitian ini memberikan beberapa saran dan masukan sebagai berikut :

1. Bagi Pelaku Bisnis

Diharapkan pada penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan pengambilan keputusan dalam menentukan harga produk yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produk dan meningkatkan kepercayaan terhadap labelisasi halal sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel seperti, Kualitas Produk, Promosi, *Brand Ambassador* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
- b. Diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dalam mengkaji variabel Label Halal, Gaya Hidup, Harga Produk dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto s. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). *Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime*. 16(3).
- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Produk Safi)*. 6.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multiverse dengan Program IBM SPSS 25*.
- Global Islamic Economy Report. 2018. "Global Islamic Economy Report," Halal MUI, "Tentang LPPOM MUI," 2018. [Online]. Available:
http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/130/1511/page/1.
- <https://goodstats.id/article/7-merek-kosmetik-lokal-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-36qU3>
- <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/149750/uu-no-11-tahun-2020>
- Indrianto & Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Khuwaroh, dkk. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal, Keamanan Bahan, Promosi Dan Harga Produk Kosmetik Sariayu Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2015-2018 UNISMA)
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Pearson Education, 2012.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing, 12th Edition*, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc*
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Marketing Research An Applied Orientasion. Prestice Hall, United State of America*.

- Maulidya, S dan Wati, L. (2022). Analisis Harga, Label Halal, Dan Keamanan Bahan pada Produk Safi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (Studi Kasus Produk Safi Di Kota Padang).
- Miswanto, M., Salsabila, I., & Kusmantini, T. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Pada Generasi Z Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 30(2), 70–86. <https://doi.org/10.32477/jkb.v30i2.444>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>.
- Octaviani, N. W., & Sumitro, D. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, Brand Ambassador, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Park, E.J., Kim, E.Y. 2006. *A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior*, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 10 No. 4, pp. 433-446.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Riset*. Edisi Pertama. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Suliyanto. (2010). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kuaitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi. Vol. 1 No 1 Desember 2017
- Utami, Wahyu Budi. 2013. “*Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (survei pada pembeli produk kosmetik wardah di outlet wardah Griya Muslim An-nisa Yogyakarta)*”. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.