

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing dan kebutuhan itu berusaha dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda. Mahasiswa sama halnya dengan masyarakat pada umumnya memiliki berbagai macam kebutuhan, salah satunya kebutuhan dalam menunjang penampilan. Hal yang tidak dapat dipisahkan dari penampilan adalah penggunaan kosmetik. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan kosmetik sudah menjadi hal yang penting bagi sebagian masyarakat. Karena semakin hari semakin banyaknya kosmetik yang beredar, maka konsumen harus lebih teliti dalam mengambil keputusan memilih produk kosmetik yang akan digunakan. Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan<sup>1</sup>.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya faktor sosial dan budaya.<sup>2</sup> Dalam faktor budaya diantaranya ada agama yang didalamnya terdapat aturan-aturan yang harus dipatuhi oleh para penganutnya. Keyakinan umat Islam dalam kegiatan konsumsi yaitu harus jelas halal atau tidaknya suatu produk baik dalam proses pembuatannya maupun kandungan yang terdapat dalam bahan produk tersebut. berdasarkan keyakinan tersebut, maka

---

<sup>1</sup> Irham Fahmi, *Perilaku Organisasi (Teori, Aplikasi, dan Kasus)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 233.

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 176.

dibutuhkan sarana untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kehalalan sebuah produk.

Di dalam Al-Quran terdapat banyak ayat yang menjelaskan keharusan seorang muslim mengonsumsi segala sesuatu yang bersifat halal, seperti ayat berikut ini :

Allah *Subhanahuwata'ala* berfirman :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَانِ، إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : *"Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu"* (QS. al-Baqarah [2]: 168)<sup>3</sup>.

Berdasarkan ayat di atas, Allah memerintahkan kepada seluruh hambaNya untuk senantiasa menaati perintah Allah dan menjauhi laranganNya dalam seluruh aspek salah satunya yaitu dalam memilih barang yang akan kita pakai atau konsumsi.

Rasulullah *Shallallahu 'alaihiwasallam* bersabda :

لِحَالِ بَيْنٍ وَالْحَرَامِ بَيْنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى  
الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ

Artinya : *"Yang halal itu sudah jelas dan yang haram pun sudah jelas; dan di antara keduanya ada hal-hal yang musyta-bihat (syubhat, samar-samar, tidak jelas halal haramnya), kebanyakan manusia tidak mengetahui hukumnya. Barang siapa hati-hati dari perkara syubhat, sungguh ia telah menyelamatkan agama dan harga dirinya..."* (HR. Muslim)<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Abu Yahya Marwan bin Musa, *Tafsir Al Quran Hidayatul Insan Jilid 1*, hlm 81.

<sup>4</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Ringkasan Shahih Muslim*, (Jakarta: Pustaka As-Sunnah, 2009), hlm. 623

Dalam hadis tersebut Nabi Muhammad mengajarkan kepada umatnya untuk berhati-hati atau menghindari hal-hal yang bersifat *syubhat*, karena didalamnya belum jelas hukum halal dan haramnya.

Menurut Badan Pusat Statistik di Indonesia ada lebih dari 207 juta penduduk yang memeluk agama Islam atau sekitar 87,2% dari populasi penduduk<sup>5</sup>. Masyarakat Indonesia, yang mayoritas beragama Islam sudah seharusnya memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsi. Kehalalan sebuah produk dapat dilihat dari pencantuman label halal pada produk tersebut. Label halal merupakan tanda kehalalan dari sebuah produk. Menurut Undang Undang Republik Indonesia No 33 Tahun 2014 menyatakan bahwa produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam yang dibuktikan dengan sertifikat halal<sup>6</sup>.

Salah satu produk kosmetik lokal yang telah memiliki sertifikasi halal MUI yaitu produk wardah kosmetik dengan nomor sertifikat 00150010680899<sup>7</sup>. Didirikan pada tahun 1995 oleh Nurhayati Subakat, produk ini berada di bawah naungan PT Paragon Technology & Inovation (PTI). Selain itu, wardah merupakan kosmetik pertama yang bersertifikasi halal. Wardah telah berkembang pesat hingga memiliki 1500 outlet yang tersebar dipusat perbelanjaan lengkap dengan konsultan kecantikan<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup>Badan Pusat Statistik, diakses melalui <https://www.bps.go.id>, tanggal 10 september 2021

<sup>6</sup> Republik Indonesia, *Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014, tentang Jaminan Produk Halal*. Hlm 3. Diakses melalui <https://www.dpr.go.id>, tanggal 15 november 2021.

<sup>7</sup> LPPOM MUI, diakses melalui <https://www.halalmui.org>, tanggal 23 September 2021.

<sup>8</sup> Anik Iestari dan Nani Septiana, *Pengaruh Label Halal, Religious Commitment, Brand Ambassador Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*, jurnal manajemen diversifikasi, 2021, No. 1, vol 3. Hlm 494. Diakses melalui <https://www.scholar.ummetro.ac.id/index.php/diversifikasi/article/view/659>, tanggal 7 september 2021

Label halal dalam sebuah produk memperlihatkan bahwa produk tersebut sudah terjamin proses produksi maupun bahan yang digunakannya berdasarkan syariat Islam. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Siliwangi pengguna produk wardah kosmetik, ada 7 dari 11 orang mahasiswa yang mengatakan bahwa mereka terlebih dahulu melihat informasi mengenai label halal. Alasannya, karena mereka merasa lebih aman jika menggunakan produk yang sudah bersertifikasi halal dan memiliki label halal dari Majelis Ulama Indonesia. Sedangkan 4 orang lainnya mengatakan tidak terlalu peduli mengenai label halal yang tertera dalam produk wardah, alasannya karena yang penting produk tersebut sudah cocok dengan kulit mereka<sup>9</sup>. Penelitian yang dilakukan oleh Helsy Zella Rafita tentang Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (studi pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis islam angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung), menyatakan bahwa label halal berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian<sup>10</sup>.

Label halal ditujukan sebagai sarana informasi kepada masyarakat khususnya muslim bahwa bahan dalam produk tersebut sudah terjamin aman dikonsumsi. Seharusnya sebagai seorang muslim memperhatikan keberadaan label halal dalam setiap produk yang akan dibeli, namun berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti, masih ada mahasiswa yang tidak memperhatikan label halal dalam pembelian produk. Hal ini menunjukkan masih ada masyarakat yang kurang memperhatikan keberadaan label halal dalam sebuah produk, padahal

---

<sup>9</sup> Wawancara pada mahasiswa Universitas Siliwangi tanggal 17 September 2021

<sup>10</sup> Helsy Zella Rafita, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (studi pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis islam angkatan 2013-2016 UIN Raden Intan Lampung)*, (skripsi), UIN Raden Intan Lampung, 2017, hlm. 134

seharusnya label halal tersebut salah satu hal penting yang harus diperhatikan sebelum melakukan pembelian.

Di dalam sebuah perusahaan tentu tidak dapat terlepas dari proses pemasaran, pemasaran merupakan *applied science* yang mencerminkan perpaduan antara *art* (seni) dan *science* (pengetahuan)<sup>11</sup>. Banyak strategi yang dilakukan oleh perusahaan dalam proses pemasaran untuk menarik minat konsumennya, seperti penggunaan *brand ambassador* untuk membantu mempromosikan produknya. *Brand ambassador* merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dengan menggunakan selebriti sebagai endorser yang merepresentasikan citra produk, dengan tujuan untuk meningkatkan pembelian oleh konsumen<sup>12</sup>.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan 11 orang mahasiswa pengguna wardah kosmetik, ada 5 orang yang mengatakan mereka tertarik untuk membeli produk wardah karena melihat iklan yang disampaikan oleh salah satu *brand ambassador*, sedangkan yang lainnya mengatakan membeli produk tersebut karena alasan lain. Salah satu alasan tertarik oleh *brand ambassador* tersebut karena penyampaian yang dilakukan *brand ambassador* sangat meyakinkan bahwa produk itu dapat memberikan hasil yang sesuai dengan kegunaan produk tersebut<sup>13</sup>. Penggunaan *brand ambassador* yang memiliki karakteristik akan memberikan tanggapan positif konsumen terhadap produk tersebut, sehingga konsumen akan mempertimbangkan proses pembelian. Hasil penelitian yang

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2020) edisi 1, hlm. 1

<sup>12</sup> Universitas Kristen Petra, *Brand Ambassador*, diakses melalui <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/mbis/2019>, hlm. 8

<sup>13</sup> Wawancara pada mahasiswa Universitas Siliwangi tanggal 18 September 2021

dilakukan oleh Ghina Putri Ramadhanty tentang Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian (survei pada penggemar boyband EXO sebagai *brand ambassador* Nature Republic) menyatakan bahwa pengaruh *brand ambassador* terhadap variabel keputusan pembelian adalah signifikan dan berpengaruh positif<sup>14</sup>.

Dalam keputusan pembelian, faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor sosial (*brand ambassador*) dan faktor budaya (agama), *brand ambassador* sebagai sarana dalam menginterpretasikan sebuah produk tentu saja sangat berguna bagi konsumen untuk mengetahui dan melihat sebaik apa produk tersebut disampaikan, sedangkan dalam agama yang sebagian besar di Indonesia beragama Islam, ketentuan label halal sangat berperan penting bagi konsumen supaya dapat terhindar dari mengkonsumsi produk yang belum jelas kehalalannya, oleh karena itu keberadaan label halal seharusnya diperhatikan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Namun berdasarkan pra-survei yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa pengguna kosmetik wardah, ternyata tidak semua mahasiswa melakukan pembelian karena faktor-faktor tersebut. Maka dari itu, Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh label halal dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian dengan judul **“Pengaruh Label Halal dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Wardah Kosmetik (Studi Pada Mahasiswa Universitas Siliwangi)”**.

---

<sup>14</sup> Ghina Putri Ramadhanty, *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian (survei pada penggemar boyband EXO sebagai brand ambassador Nature Republic)*, (skripsi), UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020, hlm. 104.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Siliwangi?
2. Apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Siliwangi ?
3. Apakah label halal dan *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Siliwangi ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian konsumen wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Siliwangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Siliwangi.
3. Untuk mengetahui pengaruh label halal dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen wardah kosmetik pada mahasiswa Universitas Siliwangi.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan pengaruh label halal dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen.

##### 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi peneliti, diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam penulisan karya dan pengetahuan mengenai pengaruh label halal dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b. Bagi perusahaan, diharapkan mampu memberikan masukan berupa saran dan informasi kepada pihak manajemen perusahaan produk wardah kosmetik dalam penentuan label halal pada penjualannya.
- c. Bagi masyarakat, sebagai bahan agar masyarakat lebih mengetahui label halal dan *brand ambassador* produk wardah kosmetik.

##### 3. Kegunaan Akademis

Bagi Universitas, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya.