

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan perilaku konsumen perlu direspon perusahaan. Selera konsumen banyak dipengaruhi oleh media sosial yang berisi berbagai macam hal, seperti konsumen yang bisa membeli barang atau memesan suatu jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen adalah kumpulan aktivitas spesifik yang diambil konsumen di bawah pengaruh kekuatan internal dan eksternal untuk mengevaluasi, memilih, memperoleh, dan menggunakan barang atau jasa yang diinginkan.<sup>1</sup> Maka dari itu bagaimana perusahaan dapat menjaga agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan, karena konsumen seperti sumber kehidupan bagi sebuah perusahaan. Di sisi lain, banyak bisnis menyadari kesenangan pelanggan adalah tuntutan komitmen, oleh karena itu mereka mau tidak mau harus menyediakannya atau mewujudkannya dengan menggunakan berbagai metode dan teknik untuk membuat konsumen mereka kembali lagi.<sup>2</sup>

Minat beli ulang sendiri biasanya muncul karena loyalitas pelanggan dibangun dalam bentuk pembelian berulang. Niat pembelian ulang juga terkait erat dengan pelanggan, jika pelanggan tidak puas, mereka tidak akan membeli lagi.<sup>3</sup> Sebelum konsumen memutuskan melakukan pembelian ulang atau adanya minat beli ulang, pastinya konsumen memastikan kalau produk yang akan dibeli memiliki berbagai faktor yaitu kualitas produk, label halal, dan harga.

Menarik minat beli ulang konsumen untuk membeli suatu produk pasti yang dilihat dari produk tersebut adalah kualitas produknya. Pengaruh kualitas produk oleh Hidayah, S.A. dan Apriliani menjelaskan bahwa kualitas produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi minat beli ulang pada dimensi yang mirip dengan penelitian sebelumnya. Kualitas produk dinyatakan memiliki kualitas, jika kualitas yang diberikan oleh perusahaan bisa memenuhi keinginan, kebutuhan, dan harapan dari pelanggan tersebut. Setelah

---

<sup>1</sup> Totok Subianto, "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 03, no. 03, (2007): 168.

<sup>2</sup> Muhammad Cahyani, "Pengaruh Mutu Pelayanan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa *Outsourcing* PT. swabina Gatra Gresik", *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 01, no. 02, (2012): 118.

<sup>3</sup> Wan Rizca Amelia, "Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Rumah Makan Beringin Indah Pematang Siantar", *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 04, no. 01, (2017): 52.

semua terpenuhi, konsumen yang sudah pernah merasakan bagaimana kualitas yang diberikan oleh perusahaan terdorong untuk berbelanja lagi dari perusahaan yang sama.<sup>4</sup>

Kualitas produk adalah suatu ciri khas dari produk yang bisa menarik minat beli ulang konsumen, memiliki produk berkualitas merupakan suatu tantangan untuk perusahaan dalam bersaing di pasar secara global. Kualitas produk mengacu pada kapasitas produk untuk melaksanakan fungsi yang dimaksud, termasuk ketangguhan umum produk, ketergantungan, akurasi, kemudahan penggunaan, dan kemampuan untuk memperbaiki. Semakin beragam jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu lokasi, maka konsumen akan merasa puas setelah melakukan pembelian di sana dan tidak perlu lagi melakukan pembelian di tempat lain. Inilah sebabnya keragaman produk sangat dihargai.<sup>5</sup>

Penelitian terdahulu oleh Annisa Dwi Hariyanti mendapatkan hasil yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan atas variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang produk perlengkapan kunci di PT. Kenari Djaja Prima Semarang.<sup>6</sup> Sedangkan dalam penelitian Nuruni Ika KW dan Randy Pebrianto memperoleh hasil yang mana kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang.<sup>7</sup> Dapat diketahui ketika membeli suatu produk konsumen sangat memperhatikan kualitas produknya sehingga pelanggan merasa sangat puas dan menarik minat beli konsumen.

Label halal juga bisa mempengaruhi minat beli ulang pada pelanggan. Produk-produk yang berlabel halal sudah banyak di Indonesia karena masyarakat di Indonesia mayoritasnya beragama Islam, produk yang sudah berlabel halal sudah dipastikan aman. Umat Islam harus memiliki pengetahuan menyeluruh tentang produk apa, termasuk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, dan barang lainnya, yang halal dan haram. Untuk menegakkan hak asasi

---

<sup>4</sup> Delis Prinia dkk, “*Literature Review Word Of Mauth* Dalam Membentuk Minat pembelian Ulang: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan, *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*”, 3, no. 1, (2022): 232.

<sup>5</sup> Nuri Mahdi Arsyanti dan Sri Rahayu Tri Astuti, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Online Shopastelle, Semarang)”, *Journal Of Manajemen*, 5, no. 2, (2016): 2.

<sup>6</sup> Annisa Dwi Hariyanti, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Perlengkapan Kunci Di PT. Kenari Djaja Prima Semarang”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 10, no. 1, (2011): 80.

<sup>7</sup> Nuruni Ika KW dan Randy Pebrianto, “Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pond’s Men”, *Journal Of Economic And Business*, 1, no. 3, (2020): 63.

manusia, penting untuk memiliki sertifikasi halal dan label halal, hak masyarakat untuk memastikan bahwa produk yang diinginkan tidak mengandung unsure berbahaya. Hak masyarakat untuk memastikan barang yang diinginkannya tidak mengandung bahan yang berbahaya.<sup>8</sup> Tapi masih banyak masyarakat kurang memperhatikan akan produk yang digunakan sudah berlabel halal atau tidak sehingga memicu para oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab yang mencampur produk halal dan yang tidak halal.

Bahkan ada produk-produk yang tersebar di masyarakat yang tidak memiliki label halal tapi masih diperjual belikan, terutama dalam produk kosmetik sehingga dapat membahayakan para konsumen karena tidak tahu bahan apa saja yang digunakan dalam membuat produk tersebut. Menurut tafsir surat An-Nahl ayat 114 yang bersumber dari Kementerian Agama RI, Allah SWT memerintahkan umat Islam untuk memakan makanan yang halal dan rezeki yang baik yang diberikan Allah SWT kepada mereka, sehingga wajib umat Islam untuk selalu memperhatikan kebaikan dan kehalalan produk yang akan mereka konsumsi.<sup>9</sup> Jadi dapat disimpulkan sesuatu yang tidak halal tidak disukai oleh Allah SWT baik itu makanan, kosmetik, obat dan lainnya. Untuk masyarakat agar lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan dibeli sehingga terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Indah Lestari dapat diketahui bahwa label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada produk Wardah di Semarang.<sup>10</sup> Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauziah Syahliani Siregar memperoleh penelitian yang sama bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang kosmetik wardah.<sup>11</sup> Dapat diketahui bahwa saat melakukan pembelian suatu produk konsumen sangat memperhatikan kalau

---

<sup>8</sup> Farid Wadji dan Diana Susanti, *Kebijakan Hukum Produk Halal Di Indonesia*, (Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2021), 7-9.

<sup>9</sup> Iendy Zelviean Adhari, *Korelasi Sertifikasi Halal Pada Keberkahan Bisnis*, (Cirebon: Insania, 2021), 8.

<sup>10</sup> Indah Lestari, Skripsi: *Pengaruh Brand Ambassador, Label Halal, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Di Semarang (Study Pada: Masyarakat Pengguna Wardah Di Kecamatan Pedurungan)*, (Semarang: Universitas Semarang, 2020), 75.

<sup>11</sup> Fauziah Syahliani Siregar, Skripsi: *Pengaruh Brand Awareness Dan Label Halal, Terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UMSU*, (Medan, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2019), 60.

produk yang akan dibeli sudah memiliki label halal sehingga bisa bebas dari hal-hal yang tidak diinginkan saat produknya digunakan.

Selain kualitas produk dan label halal juga ada harga yang dapat menarik minat beli ulang, karena harga merupakan komponen penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Harga selalu disematkan dalam produk yang dijual, harga yaitu senilai uang yang harus dibayar oleh pelanggan kepada penjual untuk membayar atau membeli suatu barang atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen. Harga merupakan salah satu faktor pemasaran yang perlu diperhatikan manajemen bisnis karena berdampak langsung pada apa yang akan dibeli konsumen dan beberapa banyak uang yang dihasilkan perusahaan.<sup>12</sup>

Harga pada produk DRW Skincare ditentukan melalui tingkat kualitasnya. Beberapa pelanggan DRW Skincare memilih berhenti untuk menggunakan produk DRW Skincare dikarenakan harga pada produk DRW Skincare terlalu mahal. Dan ada juga yang masih bertahan menggunakan produk Skincare dikarenakan kualitas dari Produk DRW Skincare sangat bagus dan dapat mengatasi semua masalah pada kulit wajah. Bisnis yang menetapkan harga berdampak pada niat pembelian kembali konsumen dan pengendalian harga. Harga dalam konteks ini dapat dilihat sebagai konsep keragaman yang ditawarkan kepada konsumen berdasarkan sifat dan kondisi lingkungannya. Salah satu tujuan organisasi adalah mendirikan bisnis yang terkait erat dengan keputusan pembelian pelanggan. Ketika konsumen memilih produk perusahaan, salah satu kriteria penentuannya adalah harga yang ditetapkan perusahaan sebagai patokan. Pelanggan dapat memilih produk berdasarkan harga yang ditetapkan.<sup>13</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Ainul Hidayah, R.A.E.P Apriliani diketahui bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang konsumen batik pekalongan.<sup>14</sup> Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rini Kartika Sari dan

---

<sup>12</sup> Subandrio dan Amarta, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Di Toko Lisa Jaya Bengkulu", *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2, No. 2, (2021): 173.

<sup>13</sup> Agung Jiwandono dkk, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi Pada Konsumen Bakso Tiara Kediri Di Tulungagung)", *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8, no. 9, (2019): 106.

<sup>14</sup> Siti Ainul Hidayah, R.A.E.P Apriliani, "Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan)", *Journal Of Economic, Business And Engineering*, 1, no. 1, (2019): 28.

Nanik Hariyana bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang dengan arah hubungan positif.<sup>15</sup> Dapat dikatakan bahwa harga bisa sewaktu-waktu dapat membuat minat membeli konsumen menurun dikarenakan harga yang tiba-tiba meningkat sehingga konsumen enggan membeli produk tersebut, sedangkan jika harga dari suatu produk sesuai dengan kantong pelanggan memungkinkan dapat menarik minat beli ulang pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Yudha Praja bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.<sup>16</sup> Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis harga berpengaruh secara persial terhadap minat beli ulang.

Produk DRW Skincare didirikan oleh dr. Wahyu Triasmana, DRW Skincare merupakan produk perawatan wajah kecantikan milik dr. wahyu yang mampu mengatasi beragam masalah kulit. Selain itu, menawarkan solusi untuk semua masalah kulit termasuk jerawat, flek hitam, kusam atau bekas jerawat dan masih banyak lagi. Klinik skincare dr. Wahyu sudah berdiri sejak tahun 2014 dan brand resminya di daftarkan di BPOM dengan nama DRW Skincare pada tahun 2015.

Kebanyakan produk-produk kecantikan tidak aman digunakan kepada ibu hamil. Sehingga disarankan kepada ibu hamil selama masa kehamilan tidak menggunakan produk-produk kecantikan karena bisa membahayakan janin yang dikandung. Maka dari itu dr. Wahyu menciptakan sebuah produk kecantikan dimana ibu hamil bisa menggunakan produk kecantikan selama masa kehamilan dan dapat tampil cantik meski pada masa kehamilan. Produk DRW Skincare yang aman untuk ibu hamil dimana masa kehamilan sudah menginjak usia kehamilan setelah empat bulan kehamilan, sebelum umur kehamilan empat bulan atau kehamilan pada usia awal dilarang menggunakan produk DRW Skincare karena pada awal kehamilan dimana waktu janin membentuk otak.

Melihat beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya bahwa terdapat gab research, yaitu dimana penelitian ini hanya membahas tentang kualitas produk, label halal, dan harga. Hal ini karena kualitas produk yang dimiliki oleh DRW

---

<sup>15</sup> Rini Kartika Sari dan Nanik Hariyana, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan *Online Shopping* Pada Remaja Di Situbondo", *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6, no. 2, (2019): 113.

<sup>16</sup> Yudha Praja, "Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal Di Kabupaten Bondowoso", *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8, no. 1, (2022): 38.

Skincare sangatlah baik, dan sudah terjamin kualitasnya, produk sudah berlabel halal, serta harga yang ditawarkan relative wajar untuk ukuran penjualan produk DRW Skincare.. Hal ini diduga karena kualitas produk DRW Skincare yang baik dan sudah terjamin, produk sudah berlabel halal, serta harga yang ditawarkan relatif wajar untuk ukuran penjualan produk DRW Skincare. Sehingga dapat menarik minat beli ulang produk DRW Skincare untuk dapat digunakan. Selain itu, pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada para pelanggan DRW Skincare Di Desa Banyu Manis.

Mengetahui pentingnya suatu minat beli ulang pada pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh sebuah usaha, maka dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan DRW Skincare Di Desa Banyu Manis)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Informasi latar belakang dan uraian di atas melahirkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap minat beli ulang pada pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian untuk penelitian ini adalah sebagai berikut, berdasarkan bagaimana masalah tersebut diungkapkan di atas:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis.
2. Untuk mengetahui pengaruh label halal terhadap minat beli pada pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada pelanggan DRW Skincare di Desa Banyu Manis.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut ini:

1. Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai sumber pengetahuan dan informasi mengenai bagaimana kualitas produk, label halal, dan harga mempengaruhi minat beli ulang.
2. Hasil penelitian ini bagi peneliti dapat membantu mendapat pemahaman baru dan wawasan serta pengetahuan lebih baik tentang bagaimana kualitas produk, label halal, dan harga mempengaruhi minat beli ulang.

#### E. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini disusun guna untuk mempermudah dalam mengetahui permasalahan, sehingga didapatkan sebuah gambaran secara garis besar dari masing-masing bagian yang saling memiliki hubungan, maka sistematika penulisan penelitian yang disusun penulis adalah sebagai berikut:

**Bab I : Pendahuluan**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**Bab II : Landasan Teori**

Bab ini membahas dasar-dasar teoritis, termasuk deskripsi kualitas produk, label halal, harga dan minat beli ulang. Ada juga penelitian sebelumnya yang sedang berlangsung, kerangka fikir, dan hipotesis penelitian.

**Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini meliputi tentang jenis dan metode penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument, uji asumsi klasik, dan analisis data.

**Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil pengujian, analisis data serta pembahasan hasil penelitian.

**Bab V : Penutup**

Bab ini terdiri dari kesimpulan, dan saran-saran.