

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kita semua pasti sudah mengetahui bahwa di era sekarang ini sudah banyak yang namanya persaingan bisnis, pertumbuhan dan perkembangan bisnis. Bahwa semua itu berjalan dengan cepat setiap bulan dan tahunnya. Hal ini menyebabkan banyaknya orang yang tertarik untuk melakukan bisnis baik barang atau jasa. Para pebisnis berusaha memberikan yang terbaik untuk konsumennya baik secara kualitas maupun kuantitas, hal ini dikarenakan pelaku bisnis tidak ingin mengecewakan para konsumen supaya mereka masih tetap bertahan menjadi pelanggan. Selain itu pelaku bisnis juga melakukan pemasaran dengan membuat promosi yang dilakukan baik online maupun offline seperti instagram, whatsapp dan sejenisnya.¹

Akhir-akhir ini produk kosmetik sudah sangat berkembang dimana-mana termasuk di negara Indonesia sendiri. Hal tersebut dapat dilihat dari bertambahnya produk-produk kosmetik di Indonesia. Mereka siap-siap bersaing dan berlomba-lomba untuk meraih pelanggan sebanyak-banyaknya. Di era modern seperti sekarang ini, setiap perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang baik untuk para konsumennya. Perusahaan harus bisa menghasilkan kualitas produk yang bermutu, menjaga kualitasnya bahkan terus meningkatkan untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat. Sekarang ini produk kosmetik banyak diminati orang-orang khususnya perempuan karena produk kosmetik merupakan kebutuhan sehari-hari yang diperlukan wanita sebagai salah satu jati dirinya. Di Indonesia, produk kosmetik merupakan produk yang penjualannya naik setiap tahunnya. Salah satu produk kosmetik di Indonesia yaitu produk wardah. Wardah merupakan produk kosmetik yang diproduksi oleh PT Pusaka Tradisi Ibu (PTI). PTI lahir pada tahun 1995 dan pertama kalinya dipasarkan dengan sistem Multi Level Marketing (MLM).

Produk wardah sudah terkenal dan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia baik dari kota-kota besar maupun kota

¹ Diah Ernawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijack Sandals Bandung", *Jurnal Wawasan Manajemen* Vol. 7 No. 1 (2019): 18.

terpencil. Umumnya, produk wardah dikonsumsi oleh masyarakat muslimah walaupun masih ada pengguna lain (non muslim) yang juga mengkonsumsinya. Wardah terkenal dengan produknya yang halal sehingga aman dan nyaman untuk dipakai. Rasa kenyamanan tersebut dapat dirasakan oleh para santri di pondok pesantren tahfidz qur'an (PPTQ) putri Al-Ghurobaa' di desa Tumpang Krasak, kecamatan Jati, kabupaten Kudus. Khususnya bagi santri yang sekaligus menjadi mahasiswa di IAIN Kudus. Mereka selalu menggunakan produk wardah di setiap kegiatannya baik setelah mandi, saat mau berangkat kuliah bahkan saat mau melaksanakan ibadah. Hal tersebut mereka rutin laksanakan guna membersihkan sekaligus mempercantik diri. Dari ujung kamar awal (Ummi Kultsum) sampai ujung kamar akhir (Maryam) yang berjumlah 10 kamar rata-rata menggunakan produk wardah. Mulai dari jam dua saat bangun tidur, para santri biasanya langsung ke kamar mandi untuk antri mandi atau bersih-bersih diri. Mereka menggunakan cuci muka merk wardah untuk membersihkan wajahnya. Selesai mandi para santri langsung kumpul di Aula, musholla dan GT 2 untuk melaksanakan ibadah sholat malam dan dilanjutkan pembacaan Asmaul Husna. Setelah itu para santri mengisi waktunya untuk nderes Al-Qur'an sembari menunggu waktu shubuh tiba.

Pada saat tiba waktu pagi para santri bersiap-siap diri untuk berangkat kuliah. Seperti biasanya santri mempercantik diri menggunakan produk wardah seperti krim, bedak, lipstik dan lainnya. Mereka tidak hanya menggunakan produk wardah saat mau berangkat kuliah saja, tetapi mereka juga menggunakannya saat mau beribadah. Misalnya sebelum wudhu para santri pasti gosok gigi dan cuci muka terlebih dahulu. Para santri selalu menggunakan produk wardah untuk membersihkan wajahnya dan dilanjutkan melaksanakan ibadah wudhu. Setelah itu para santri baru melaksanakan ibadah sholat jama'ah ataupun nderes Al-Qur'an. Alasan mereka menggunakan produk wardah yaitu mereka lebih nyaman karena merasa produk wardah merupakan produk yang halal sehingga aman untuk dipakai wanita muslimah. Kenyamanan tersebut bisa dibuktikan dengan istiqomahnya mereka sampai sekarang masih menggunakan produk tersebut.²

Untuk bisa membuat produk kosmetik agar sesuai yang diharapkan para pembeli maka perusahaan kosmetik harus

² Chusnul Khotimah, wawancara oleh penulis, 26 Desember, 2022.

mengadakan penelitian terhadap masyarakat pengguna kosmetik terkait apa saja yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Pembeli bisa dianggap loyal ketika tercipta rasa senang dan pelanggan loyal bisa setia menggunakan produk seterusnya. Wardah sudah meneliti hal-hal apa saja yang bisa berpengaruh terhadap masyarakat dalam memutuskan untuk membeli produk wardah tersebut.³

Agar bisa memenangkan persaingan bisnis, bisa dilihat dari keputusan pembelian konsumen. Sebenarnya perlu pemahaman khusus untuk bisa mengerti apa saja hal-hal yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli karena untuk memahami dan mengerti bukan merupakan hal yang mudah. Selama menentukan suatu pemikiran untuk membeli, seorang konsumen tentunya memiliki indikator-indikator tertentu agar keputusan dapat diambil. Terkadang konsumen mempertimbangkan dengan melihat atribut produk yang berwujud seperti kemasan, kelengkapan identitas, desain dan lain-lain. Tetapi ada juga yang melihat atribut produk yang tidak terlihat seperti harga dan kualitas. Peneliti ingin mengetahui apa saja sih hal-hal yang dapat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk melakukan pembelian pada produk wardah khususnya di Kabupaten Kudus.

Kualitas produk termasuk satu diantara berbagai hal yang bisa mempengaruhi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan suatu untuk membeli. Jadi setiap perusahaan harus benar-benar memperhatikan kualitas produknya dan diusahakan memiliki produk yang berkualitas tinggi sehingga bisa mengalahkan pesaing bisnis lainnya. Untuk menghasilkan kualitas produk, seorang pelaku usaha harus memahami betul apa saja keinginan konsumen sehingga bisa menganalisisnya agar bisa dibuatkan produk sesuai kualitas yang disukai para konsumen.⁴

Kualitas produk adalah salah satu faktor penting dan butuh dianggap serius oleh perusahaan agar bisa bersaing dengan

³ Putri Ayuniah, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok)", *Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol. 22 no. 3 (2017): 209.

⁴ Diah Ernawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijack Sandals Bandung", *Jurnal Wawasan Manajemen* Vol. 7 No. 1 (2019): 18-19.

perusahaan yang lain terutama yang sejenis, selain itu kualitas produk perlu diutamakan untuk bisa memuaskan para konsumen atau pelanggan. Tanda diterimanya suatu produk bisa dilihat dari kualitasnya dan respon masyarakat dalam menerimanya. Untuk menciptakan kualitas produk yang baik bisa dilakukan dengan mengamati dan mengawasi secara ketat proses produksi dari awal sampai akhir yaitu dari persediaan bahan baku, proses produksi sampai pengemasan barang yang sudah jadi. Sekarang ini para konsumen sudah sangat pandai dan kritis dalam memilih suatu produk, mereka benar-benar memperhatikan antara kualitas produk dengan harga apakah sesuai atau tidak. Walaupun terkadang masih ada yang berpikir bahwa kualitas yang baik adalah harga yang mahal.⁵ Dari penjelasan-penjelasan di atas peneliti berpendapat bahwa terdapat pengaruh yang tinggi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain dari faktor kualitas produk ternyata masih ada faktor lain yang penting dan perlu diperhatikan juga yaitu “harga”. Hal ini dikarenakan harga juga akan mempengaruhi keuntungan produsen. Salah satu penentu suatu perusahaan dikatakan berhasil atau tidak yaitu harga. Hal ini dikarenakan harga menentukan keuntungan yang akan diperoleh suatu perusahaan. Maka dari itu untuk menentukan harga ini yang bisa dikatakan tidak mudah dikarenakan dengan menaikkan harga bisa menyebabkan penurunan penjualan, sedangkan jika menjadikan harga murah maka keuntungan yang didapatkan hanya sedikit.⁶

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan penting yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan karena untuk menentukan laba sehingga suatu perusahaan masih bisa dikatakan berlangsung atau tidak. Untuk menentukan suatu perusahaan bisa mencapai tujuannya atau tidak bisa dilihat dari cara memasarkan produknya. Maka dari itu suatu perusahaan harus benar-benar bisa menentukan metode pemasaran yang kreatif agar tujuan perusahaan bisa tercapai. Nah, salah satunya yaitu dengan cara menentukan harga. Harga inilah salah satu cara untuk menarik konsumen dan menciptakan citra yang baik bagi produk.

⁵ Ummu Habibah dan Sumiati, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 1 no. 1 (2016): 32.

⁶ Ummu Habibah dan Sumiati, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 1 no. 1 (2016): 32-33.

Diusahakan harga yang dibuat perusahaan bisa diikuti oleh konsumennya sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan. Di dalam sejarah sudah dikatakan bahwa salah satu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga sehingga harga merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan.⁷

Masyarakat dalam memutuskan membeli barang atau jasa berbeda-beda tergantung dari jenis keputusan pembelian itu sendiri. Misalnya untuk membeli barang-barang kosmetik, kebutuhan rumah tangga, makanan dan minuman mempunyai indikator yang berbeda-beda. Terkadang seseorang lebih memilih membeli barang yang harganya murah sebagai pengganti barang yang diinginkan dan mengesampingkan barang awalnya dituju tetapi dengan harga yang sangat mahal. Untuk menentukan keputusan pembelian oleh konsumen bukan merupakan tugas yang begitu saja terjadi melainkan melalui banyak pertimbangan salah satunya dengan mempertimbangkan harga.⁸ Dari penjelasan-penjelasan di atas peneliti berpendapat bahwasannya harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Pada akhir-akhir tahun ini, masyarakat di Indonesia terjadi peningkatan gaya hidup dalam memilih suatu produk dan yang diutamakan yaitu modern dan islami. Hal ini sudah bisa dibuktikan dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah dan produk-produk islami seperti fashion hijab, dan juga kekritisn masyarakat dalam memilih produk yang halal dengan melihat atribut produk apakah ada label halal atau tidak. Dari produk halal yang banyak digunakan dan diminati oleh masyarakat yaitu kosmetik. Kosmetik yang halal digunakan untuk merawat, melindungi dan membersihkan tubuh untuk memuncullkan daya tarik dan kenyamanan masyarakat itu sendiri, selain itu di dalamnya tidak tercampur barang-barang haram sehingga masyarakat lebih aman dalam menggunakannya. Salah satu bukti bahwa produk kosmetik dikatakan halal yaitu dengan adanya label halal dan LPPOM di dalam atribut produknya. Hal ini karena produk tersebut sudah

⁷ Akrim Ashal Lubis, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol 16 no. 2 (2015): 2.

⁸ Wahyu Erdalina dan Susi Ervanita, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek *Citra Hand and Body Lotin* di Pariaman”, *Menara Ilmu* 12 (9) (2018): 1-2.

diuji dan dilindungi oleh MUI, lembaga pengkajian obat-obatan, dan lainnya.⁹

Cara pandang dan pemikiran masyarakat mengenai suatu produk sudah sangat berkembang di era modern seperti ini. Banyaknya kondisi dan kebutuhan masyarakat seperti gaya hidup, sosial, budaya, ekonomi dan lainnya sangat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan untuk membeli produk. Perilaku konsumen adalah sesuatu yang perlu diamati dan dianggap serius oleh suatu perusahaan karena hal tersebut merupakan hal yang sangat penting. Perusahaan harus bisa mengikuti apa yang diinginkan oleh para konsumennya karena hal tersebut merupakan salah satu strategi pemasaran agar banyak yang minat dengan apa yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Gaya hidup dari masyarakat itu berbeda-beda dan bahkan sering berubah-ubah, di sinilah usaha seorang pelaku usaha bisa mengamati, menganalisis dan mengkritisi pola kehidupan masyarakat sehingga bisa mengikutinya. Jangan sampai suatu perusahaan kalah bersaing dengan perusahaan lainnya karena tidak mengetahui strategi yang ada terutama strategi pemasaran.¹⁰

Fenomena gaya hidup syariah atau sering di ucap dengan sebutan *halal lifestyle* sudah sangat marak dan kini dianggap peluang besar oleh pebisnis-pebisnis baru di Indonesia. Berbagai macam produk halal (syar'i) yang beredar dan mulai diterima konsumen belakangan ini adalah dalam sektor kosmetik dan perawatan dimana mulai banyak mengusung tema islam dan menggunakan prinsip syariah di dalam pelayanan bahkan juga produknya. Seperti yang kita tahu bahwa kosmetik sudah dikenal manusia sejak berabad-abad tahun yang lalu selain untuk kecantikan diri juga sebagai kesehatan, karena tidak dipungkiri lagi bahwa produk kosmetik dibutuhkan manusia untuk kehidupan sehari-hari. Membludaknya produk kosmetik dan perawatan saat ini mempengaruhi gaya hidup masyarakat untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu dalam kesehariannya dimana berdampak kepada keputusan pembelian.

⁹ Syafrida Hani Sahir, dkk, "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan", *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* Vol. 3 no. 1 (2016): 1.

¹⁰ Debora Kaharu dkk, "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 5 no. 3 (2016): 2-3.

Kosmetik saat ini telah menjadi sebuah gaya hidup manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi jika disadari bahwa baik wanita maupun pria, sejak lahir hingga dewasa mereka semua membutuhkan produk perawatan diri. Untuk memberikan fungsi bagi konsumen maka hal tersebut menuntut industri kosmetik semakin terpicu mengembangkan produknya dan melakukan inovasi secara berkelanjutan. Banyak klinik kecantikan yang menjual berbagai jenis produk kecantikan untuk segmentasi kalangan yang berbeda-beda mulai dari yang terjangkau hingga mahal sekalipun. Akhirnya persaingan semakin kompetitif tidak dipungkiri setiap perempuan menyukai perawatan untuk tubuh mereka karena di tempat perawatan mereka mendapatkan kenyamanan serta bisa memanjakan kulit mereka dengan berbagai macam perawatan. Di era modern seperti ini sangat mudah menemukan penyedia layanan dan produk kecantikan, fakta tersebut menunjukkan bahwa klinik kecantikan bukanlah sesuatu yang sulit diperoleh karena perawatan kecantikan justru menjadi sebuah kebutuhan dan gaya hidup bagi semua orang khususnya wanita.¹¹

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mempunyai pendapat bahwa selain kualitas produk dan harga ternyata masih ada lagi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup syariah seseorang. Peneliti sangat tertarik dengan materi pemasaran atau sesuatu yang kaitannya langsung dengan konsumen. Peneliti juga tertarik dengan variabel-variabel yang sudah dijelaskan tadi sehingga peneliti yakin untuk memilih judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Syariah terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Pondok Pesantren Tahfidz Qur’an (PPTQ) Putri Al-Ghurobaa Kudus”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk wardah di pondok pesantren putri Al-Ghurobaa?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk wardah di pondok pesantren putri Al-Ghurobaa?

¹¹ Dewi, Leli. “*Laba Nan Cantik dari Bisnis SPA*”, (Jogjakarta : KDT, 2011), 13.

3. Bagaimana pengaruh gaya hidup syariah terhadap keputusan pembelian produk wardah di pondok pesantren putri Al-Ghurobaa?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk wardah di pondok pesantren putri Al-Ghurobaa.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk wardah di pondok pesantren putri Al-Ghurobaa.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh gaya hidup syariah terhadap keputusan pembelian produk wardah di pondok pesantren putri Al-Ghurobaa.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Penulis berharap semoga penelitian yang dilakukan bisa menambah ilmu dan pengalaman penulis tentang pemasaran karena sangat berkaitan dengan jurusan yang dipilih oleh penulis.
 - b. Diharapkan bisa mengembangkan kemampuan penulis dalam menulis untuk lebih baik ke depannya dengan berdasarkan aturan penulisan yang baik dan benar.
 - c. Diharapkan bisa melatih penulis dalam berkarya di era yang kaya akan teknologi.
2. Bagi Akademik
 - a. Diharapkan penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi atau pembelajaran untuk mahasiswa ke depannya.
 - b. Bisa menambah ilmu mengenai ekonomi dan bisnis.
3. Bagi Perusahaan
 - a. Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat dan sebagai pembelajaran mengenai cara suatu perusahaan memperlakukan konsumennya.
 - b. Menekankan kembali pentingnya memperhatikan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan kemudahan dalam penelitian dan penulisan, maka dari itu penulis menyajikan kerangka dalam penyusunan skripsi diantaranya;

1. Bagian Awal

Bagian ini terletak di bagian paling awal sebelum bab 1. Di dalam bagian awal berisikan halaman judul, surat persetujuan pembimbing skripsi, surat pengesahan munaqosyah, surat pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar singkatan, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian isi merupakan bagian inti di dalam penyusunan skripsi dan terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab satu mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab dua menjelaskan berbagai teori dan definisi mengenai pemasaran, manajemen pemasaran, keputusan pembelian, kualitas produk, harga dan gaya hidup syariah serta perilaku konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tiga menjelaskan tentang metode atau teknik yang dilakukan peneliti. Metode tersebut mencakup jenis dan pendekatan penelitian, *setting* atau tempat penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini berisi mengenai hasil dari penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, uji coba sampel non populasi, analisis data, uji validitas dan reliabilitas instrument, uji asumsi klasik, uji statistik dan dilanjutkan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup tentang simpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir merupakan bagian setelah bab satu sampai lima yaitu berisikan daftar pustaka, lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.

