

Analisis Harga, Label Halal , Dan Keamanan Bahan Pada Produk Safi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

(Studi Kasus Produk Safi Dikota Padang)

Suci Vira Maulidya¹, Linda Wati²

Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Email : sucivira25@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar wanita, hal ini terjadi karena sebagai bentuk penunjang penampilan yang mengharuskan untuk selalu berpenampilan dalam keadaan yang maksimal, entah sebagai tuntutan dari pekerjaan, kegiatan, maupun tuntutan dari diri sendiri untuk meningkatkan kepercayaan diri.

Laporan Global Islamic Economy, merepresentasikan Indonesia menjadi pasar industri halal terbesar di dunia dengan rasio pertumbuhan rata – rata meningkat hingga lima sampai enam persen pertahunnya. Indonesia menduduki peringkat 10 sampai 15 negara tertinggi dalam perkebangan

ekonomi syariah. Peningkatan pasar industri halal di indonesia di dorong oleh beberapa sektor industri antara lain industri perbankan, industri makanan dan minuman, industri Fashion Muslim, industri kesehatan dan industri kosmetik (**Global Islamic Economy Report,2018**).

Inovasi dalam industri kosmetik saat ini adalah industri kosmetik halal yang di dorong oleh meningkatnya permintaan pasar yang tinggi. Permintaan pasar ini di karenakan masyarakat sudah mulai beralih dan menyadari pentingnya menggunakan produk kecantikan halal. Produk kecantikan halal dijadikan salah satu pilihan bagi pecinta kosmetik karena

selain mempercantik kulit juga terbuat dari bahan yang aman untuk kulit, dan sesuai dengan syariat hukum islam (liputan6.com, 2019).

Industri kosmetik dituntut untuk mampu memenuhi tuntutan konsumen dengan terus ber inovasi sehingga mampu memberikan pilihan produk yang banyak dan sesuai kebutuhan. Deman yang tinggi serta banyaknya karakteristik konsumen berbanding lurus dengan permintaan pasar

LANDASAN TEORI

Landasan Teori dalam penelitian ini adalah kepercayaan. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Menurut Kotler & Keller (2016) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Faktor yang kedua mempengaruhi keputusan pembelian

sehingga produsen menggali berbagai cara untuk dapat memasarkan produk kosmetik agar tepat sasaran guna meraup hasil yang maksimal, padahal ini strategi segmentasi pasar dapat digunakan para pemasar untuk dapat memasarkan produknya agar lebih spesifik yang bertujuan untuk memudahkan dalam memahami selera konsumen sehingga produk yang dihasilkan nantinya dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

yaitu label halal., (Adisasmito, 2008:6) Masyarakatlah harus bisa mengevaluasi setiap produk makanan impor dalam kemasan yang akan dikonsumsi, lalu dimana peran pemerintah melindungi masyarakat secara umumnya dan masyarakat mayoritas pada khususnya, siapakah yang akan menjamin keamanan masyarakat muslim dalam mengkonsumsi suatu produk makanan impor dalam kemasan, Nilai plus

dengan adanya label halal tersebut merupakan syarat utama. Faktor yang ketiga mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu Keamanan Bahan. Berdasarkan Peraturan Kepala BPOM nomor 18 tahun 2015 tentang persyaratan teknis bahan kosmetik, bahan kimia berbahaya dalam produk kosmetik dibedakan menjadi dua, yaitu bahan kimia berbahaya yang dilarang dan bahan kimia berbahaya yang diperbolehkan digunakan dengan pembatasan dalam penggunaannya pada produk kosmetik. Bahan kimia berbahaya yang dilarang, yaitu merkuri, pewarna merah K3 dan K10 (rhodamin B), dan asam retinoat

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Padang yang pernah melakukan pembelian produk safi. Teknik pengambilan

sedangkan bahan kimia berbahaya yang diperbolehkan digunakan dengan pembatasan dalam penggunaannya pada produk kosmetik, yaitu hidrokinon dengan batas maksimum penggunaan 0,02%, formaldehid dengan batas maksimum penggunaan 5%, triclosan dengan batas maksimum penggunaan 0,3%, dan resorsinol dengan batas maksimum penggunaan 0,5%. Penggunaan bahan kimia berbahaya pada produk kosmetik dapat menimbulkan berbagai masalah kesehatan yang serius. Pewarna merah K3 dan K10 (rhodamin B) bersifat karsinogenik dapat memicu kanker (Cahyadi, 2009).

sampel adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Data yang diolah menggunakan SPSS 19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Parsial (Uji t)

O.	Variabel	Sig	Keterangan
1	Harga (X1)	0,144	Di Tolak
2	Label Halal (X2)	0,003	Positif
3	Keamanan Bahan(X3)	0,000	Positif

Hipotesis pertama ditolak, karena nilai signifikan $0.144 > 0.05$, berarti H_a ditolak dan H_0 diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Safikota Padang.

Hipotesis kedua diterima, karena nilai signifikan $0.003 < 0.05$, berarti H_a diterima dan H_0 ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Safi di kota Padang.

Hipotesis ketiga diterima, karena nilai signifikan $0.000 <$

0.05 , berarti H_a diterima dan H_0 ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Keamanan Bahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Safi di kota Padang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Safi.
2. Label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Safi.
3. Keamanan Bahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Safi.

Adapun saran yang akan disampaikan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya agar dapat memilih produk kosmetik yang sudah jelas keamanan dan kehalalannya, karena jika memilih produk yang tidak jelas keamanan dan kehalalannya maka efek buruk yang terjadi yaitu bisa merusak kulit penggunaannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan bisa menemukan dan membahas faktor faktor lain yang mempengaruhi pemahaman mahasiswi terhadap kosmetik label hala.

DAFTAR PUSTAKA

- (1) Global Islamic Economy Report,2018."Global Islamic Economy Report," Halal MUI,"Tentang LPPOM MUI," 2018.[Online]. Available: http://www.halalmui.org/mui/14/index.php/main/go_to_section/130/1511/page/1.
- (2) Anggraini, Novie Putri, and Sri Suryoko. "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7.3 (2018): 359-369.
- (3) Wahyurini, Sonia Cipta, and Nurvita Trianasari. "Analisis Pengaruh Label halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah." *Jurnal Mitra Manajemen* 4.1 (2020): 39-50.
- (4) Tarsito, Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D." *Alfabeta. Bandung* (2014).
- (5) BPOM. 2016. *Materi Edukasi Tentang Peduli Obat Dan Pangan Aman*, accessed from <http://www.pom.go.id> on 9 September 2017.
- (6) Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>