

**PENGARUH LABEL HALAL DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA RAHMAH COSMETIC
BANJARMASIN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Loyal Produk Wardah Di Banjarmasin Selatan)

ABSTRAK

Fitri Yuliani¹, Hj. Aida Vitria², Nurul Hasanah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17.31.0700

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1123126801

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1120078802

Email : firtiyuliani7@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Pengaruh signifikan secara parsial Label Halal terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah di Banjarmasin selatan (2) Pengaruh signifikan secara parsial Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (3) Pengaruh secara simultan Label Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Banjarmasin selatan.

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, Populasi yang diambil yaitu konsumen loyal produk kosmetik wardah di Banjarmasin selatan dengan menggunakan sampel sebanyak 90 responden. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel independen Label Halal dan citra Merek terhadap variabel dependen Keputusan pembelian digunakan metode analisis uji t dan uji f dengan menggunakan SPSS 25.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil analisis uji t dan uji f 1) Label Halal mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Banjarmasin selatan, 2) Citra Merek mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Banjarmasin selatan, 3) Label Halal dan Citra Merek bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Banjarmasin selatan.

Kata kunci: Label Halal, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) Partially significant effect of Halal Label on Purchase Decision of Wardah cosmetic products in South Banjarmasin (2) Partially significant effect of Brand Image on Purchase Decision (3) Simultaneous effect of Halal Label and Brand Image on Purchase Decision Wardah Cosmetics Products in South Banjarmasin.

The approach in this study is a quantitative approach. The population taken is loyal consumers of Wardah cosmetic products in South Banjarmasin using a sample of 90 respondents. To find out how much influence the independent variable Halal Label and brand image have on the dependent variable purchasing decisions, the t-test analysis method and the f-test using SPSS 25 are used.

The results of this study indicate that the results of the t-test and f-test analysis 1) Halal label has a partially significant effect on purchasing decisions for Wardah cosmetic products in South Banjarmasin, 2) Brand Image has a partially significant effect on purchasing decisions for Wardah cosmetic products in South Banjarmasin. , 3) Halal Label

and Brand Image together or simultaneously influence the purchasing decision of Wardah cosmetic products in South Banjarmasin.

Keywords: Halal Label, Brand Image and Purchase Decision

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang mayoritas penduduknya paling banyak memeluk agama islam di banding negara lain. Dengan hal itu berbagai banyak aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya salah satunya membeli kosmetik untuk memenuhi kebutuhannya.

Wardah merupakan salah satu merek produk kosmetik lokal yang mengusung *brand image* halal pada produknya. Kosmetik wardah sebagai produk lokal ini dapat mengambil perhatian dan menarik para konsumen Indonesia., Wardah menanamkan nilai halal diproduk yang mereka jual. Sehingga membuat konsumen merasa percaya dan aman ketika menggunakan produknya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan, harapan dan keinginan konsumen. Wardah menghadirkan kosmetika berformula inovatif yang sangat aman tentunya , halal dan praktis guna memenuhi kebutuhan,keinginan dan selera setiap para wanita indonesia. Wardah tetap konsisten dalam menjaga kualitas produk, dengan basis manufaktur yang kuat. Wardah mampun menciptakan produk kosmetik dan perawatan kulit yang lengkap sejak awal, dengan rangkaian produk kosmetik BB Cream, Foundation, Face Powder, Eyeshadow, Lipstick. Dengan ke inovatifam Wardah dapat bersaing dengan perusahaan kosmetik multinasional sekalipun.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis

Jika suatu merek mampu memenuhi suatu harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas produk pada setiap kesempatan penggunaanya, serta merek tersebut diproduksi oleh perusahaan yang memiliki reputasi baik maka konsumen akan semakin yakin dengan pilihannya dan konsumen akan memiliki kepercayaan pada merek, menyukai merek, serta, menganggap merek tersebut sebagai bagi dari dirinya. Merek yang berkualitas dapat dengan mudah untuk menciptakan konsumen dalam keputusan pembelian produk yang ditawarkan (Rizan, dkk 2012: 2).

Label Halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh BPOM. Izinan pecantuman label halal pada kemasan produk yang dikeluarkan oleh BPOM didasarkan rekomendasi MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP BPOM MUI. Dengan demikian Label Halal adalah label yang diberikan pada produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama islam (Sujana,2013:171). Citra Merek Menurut Tjiptono (2015:49) citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu atau dengan kata lain citra merek adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu proses produk, menurut Susanto dan Handayani (2013:21).

penelitian survey dengan informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner online dan subjek dari penelitian ini adalah pengaruh label

halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah.

Variabel independen pada penelitian ini yaitu label halal (X_1) dan citra merek (X_2), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian sumber data yang digunakan yaitu data primer kuesioner online yang dibagikan kepada masyarakat banjarmasin selatan, data yang diperoleh langsung diambil dari pengguna produk kosmetik wardah pada rahmah cosmetic banjarmasin.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner online penyusunan pertanyaan kuesioner berdasarkan indikator masing-masing variabel dengan jumlah pertanyaan terdiri dari 18 soal dan skala likert sebagai metode pengukuran. Sebelum kuesioner disebarkan sebelumnya peneliti membuat tabel tabulasi dan di uji datanya menggunakan aplikasi SPSS 25.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang loyal pada produk kosmetik wardah berdomisili di banjarmasin selatan yang melakukan keputusan pembelian pada rahmah cosmetic. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu perhitungannya adalah $18 \times 5 = 90$ jadi jumlah sampelnya yaitu 90 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling* yaitu suatu metode pengambilan sampel yang tergolong dalam sampel *nonprobabilitas* dimana pemilihannya dilakukan berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2012:117). Karakteristik yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Respoden pemakai atau pengguna produk kosmetik Wardah
2. Responden berdomilisi di Banjarmasin selatan

3. Responden yang telah mengenai produk kosmetik Wardah dan telah melakukan pembelian yang usianya 17 tahun keatas, karena dianggap batas usia tersebut telah megerti setiap pertanyaan yang ada di dalam kuesioner.

Lokasi penelitian mengenal pengaruh Label Halal, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah ini dilaksanakan di wilayah Banjarmasin Selatan.

Waktu penelitian di mulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2021. Waktu penelitian tersebut digunakan hal penggalan data awal, pencarian serta pengumpulan bahan dan data hingga dapat diolah menjadi hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji f diketahui bahwa variabel label halal dan citra merek secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk melihat secara simultan ini dapat dilihat dari uji f diperoleh nilai nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka keputusannya adalah diterima, kesimpulannya signifikan artinya bahwa Label Halal dan Citra Merek secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di banjarmasin selatan.

1. Pengaruh antara Label Halal (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsil antara label halal terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen loyal produk kometik wardah pada rahmah cosmetic banjarmasin. Kehalalan produk yang ada pada produk kosmetik wardah

membuat konsumen percaya dengan mutu produknya dengan demikian membuat konsumen loyal terhadap produk kosmetik wardah.

Hasil Uji t (parsial)

Variabel	T hitung	T tabel	Sig.
Label Halal	5,480	1,66196	.000
Citra Merek	7,280	1,66196	.000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25, 2021

Berdasarkan pengujian Hipotesis satu diatas dengan menggunakan SPSS 25 tentang pengaruh label halal (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian diterima dengan nilai T hitung variabel ini sebesar 5,480. Sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,66196. Maka t hitung (5,480) > t tabel (1,66196) dan nilai signifikan (0,000 < 0,50). Karena label halal mempermudah dan memberikan informasi dan keyakinan akan mutu sehingga banyak peminatnya untuk produk kosmetik wardah.

2. Pengaruh antara citra merek (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y)

Dari hasil olah data pada hasil jawaban responden, ditemukan bahwa persepsi variabel Citra Merek (X₂) pada kategori sangat baik. Hipotesis kedua yang diajukan oleh penulis bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Citra Merek (X₂) terhadap Keputusan Pembelian diterima. Karena Citra Merek produk kosmetik wardah memiliki track record yang baik sehingga

konsumen menjadi loyal. Hal ini dibuktikan dari hasil uji-t. Hasil t-hitung diperoleh sebesar 7,280 dengan probabilitas (sig) 0,000, dibandingkan dengan t-tabel pada *alpha* 0,05 diperoleh t-tabel 1,66196. Hal ini berarti t-hitung > t-tabel dan sig < 0,05 (7,280 > 1,66196, dan 0,000 < 0,05). Hasil uji-t tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel Citra Merek (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kosumen Loyal produk kosmetik wardah di banjarmasin selatan.

Citra merek merupakan apa yang konsumen pikirkan, rasakan ketika mendengar nama produk tersebut yang mengacu pada skema memori akan sebuah merek, kelebihan, dan karakteristik pemasar sehingga apabila produk tersebut dengan citra merek yang kuat akan membuat konsumen tertarik dengan produk tersebut.

3. Pengaruh antara label halal (X₁) dan citra merek (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil Uji F (simultan)

		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431.079	2	215.539	31.700	.000 ^b
	Residual	591.544	87	6.799		
Total		1022.622	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Label Halal

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil uji F dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Label Halal dan Citra Merek secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen loyal produk kosmetik wardah di Banjarmasin selatan. Karena semakin baik kualitas kehalalan dan citra mereknya maka produk wardah akan semakin dikenal serta di sukai dan konsumen menjadi loyal.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dengan mengacu pada tujuan penelitian, hipotesis dan model analisis, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Label halal (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di banjarmasin selatan yang dibuktikan oleh hasil uji t (parsial) dengan menggunakan SPSS 25 variabel yang nilai signifikannya (0,000 < 0,50) distribusi 5%.
2. Citra merek (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di banjarmasin selatan yang dibuktikan oleh hasil uji t (parsial) dengan menggunakan SPSS 25 dengan nilai sig < 0,05 (7,280 > 1,66196, dan 0,000 < 0,05).
3. Label halal (X_1) dan Citra merek (X_2) berpengaruh bersama-sama atau parsial terhadap keputusan pembelian (Y) yang dibuktikan oleh hasil uji-F (simultan) dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai sig < 0,05 (0,000 < 0,05). kesimpulannya signifikan artinya bahwa Label Halal dan Citra Merek secara bersama-sama

berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen loyal produk kosmetik wardah di Banjarmasin Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A david, 2013, Manajemen Ekuitis Merek, Spektrum Mitra Utama, Jakarta
- Agustian, E., & Sujana. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello). JIMKES, 1 (2), 169-178
- Agustina, E, Sujana (2013). Pengaruh Labelisasi halal terhadap keputusan Pembelian konsumen, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 1 No.2*
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, Dkk. Dalam Prawira. 2010. Teknik Pengumpulan Sampel.
- Heryubani Septian Nurul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta". *Jurnal Administrasi Bisnis* 2018.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga , Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, 2013, *Manajemen Pemasran*, Edisi, Erlangga,

Jakarta
Kotler, Philip dan AB. 2011. Manajemen Pemasaran Indonesia Buku 2, Selemba

Jakarta
Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13. New*
Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kusumawati, Y., dan Benny, H. (2014). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Muslim. *Jurnal Psikologi Integratif*. Vol. 2. No. Edisi Juni.

Rizan, M., B. Saidani, dan Y. Sari. 2012. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3, No. 1, pp. 1-17.

Schiffman dan Kanuk. 2006, *Perilaku Konsumen*. Edisi 2. Jakarta : PT Indeks Gramedia.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Tjiptono, Fandy, 2015, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, 2015. *Strategi Pemasaran* Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono, F., Chandra, G., & Andriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. (D. Prabantini, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Top Brand Index Kosmetik 2019-2021..
www.topbrand-award.com (diakses pada tanggal 15 Maret 2021)

<http://www.femina.co.id/beauty-trend/produk-kosmetik-lokal-favorit>

<https://www.paragon-innovation.com/>(diakses pada tanggal 16 Maret 2021)

Sumber Internet :