

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan setiap individu terhadap produk berbeda-beda, kebutuhan wanita lebih banyak dibandingkan dengan pria sehingga konsumen wanita seringkali menjadi target pemasar untuk menawarkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Seperti alat-alat kecantikan sampai hal yang pribadi yaitu kosmetik.

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia saat ini baik Masyarakat terutama kaum wanita semakin sadar akan pentingnya kosmetik sebagai kebutuhan sehari-hari. Tren penggunaan kosmetik yang semakin berkembang, serta tuntutan seseorang untuk berpenampilan menarik di depan khalayak ramai menjadi salah satu alasan industri kosmetik berkembang dengan baik di Indonesia. Dengan permintaan pasar akan kosmetik yang terus meningkat, menyebabkan para produsen kosmetik untuk saling bersaing ketat menciptakan dan menawarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para calon pembeli. Produsen merespon peluang ini dengan menciptakan berbagai macam produk kosmetik dan perawatan kulit (Tranggono: 2007).

Bagi Maybelline, diferensiasi yang dimiliki terletak pada inovasi produk yang terus menerus dilakukan dan memberikan kenyamanan serta kesehatan dan agar produk ini mampu mengimbangi permintaan pasar. Banyak cara dilakukan dalam mengupayakan pemilihan produk yang sesuai

dengan kebutuhan. Berikut adalah *Top Brand Index* untuk beberapa merek kosmetik wanita yang ada di Indonesia dari Tahun 2013 Sampai 2017.

**Tabel 1.1 Daftar *Top Brand Index* Untuk Kategori Kosmetik Wanita**

Merek	TOP BRAND INDEX				
	2013	2014	2015	2016	2017
Wardah	0,29%	2,26%	9,70%	15,45%	16,37%
Revlon	4,08%	5,85%	10,89%	7,27%	7,96%
Maybelline	2,59%	2,90%	5,22%	6,36%	5,33%
Viva	3,59%	2,96%	5,86%	7,22%	4,30%
Sariayu	2,32%	3,75%	7,24%	7,24%	5,19%
Oriflame	1,61%	2,77%	5,10%	5,10%	1,49%
Latulipe	2,24%	6,43%	8,79%	8,79%	6,11%

Sumber : [www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id)

Menurut data pada Tabel 1.1 *Top Brand Index*, di perolehan TBI industri kosmetik wanita mengalami perubahan pada tahun 2016 ke tahun 2017. Wardah yang menempati peringkat pertama pada TBI mengalami kenaikan sebesar 0,92% yaitu dari 15,45% menjadi 16,37%. Posisi kedua ditempati oleh Revlon dengan perolehan TBI yang mengalami kenaikan sebesar 0,96%. Posisi Ketiga barulah ditempati oleh Maybelline dengan perolehan TBI yang mengalami kenaikan sebesar 2,68%. Posisi ketiga ditempati oleh Viva yang mengalami penurunan sebesar 1.03% yaitu dari 6,36% menjadi 5,33%. Selanjutnya ditempati oleh Sariayu yang mengalami penurunan sebesar 2,92% yaitu dari 7,22% menjadi 4,30%. Dan duat tempat terakhir ditempati oleh Oriflame dan Latulipe dengan peraihan masing-masing sebesar 2,05% dan 3,61%. Walaupun Maybelline peringkat ketiga pada TBI, Maybelline termasuk dalam menempati *leader*. Maybelline harus tetap dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mempertahankan posisinya, karena melihat saingan utamanya yaitu Wardah dan Revlon yang selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Hal ini mendapat saingan yang gencar dari pesaingnya.

Dari data *Top Brand Index* pada Tabel 1.1, menunjukkan bahwa penurunan Top Brand Index merupakan gejala yang dapat menjadi ancaman terhadap profitabilitas perusahaan, yang secara langsung berpengaruh kepada perkembangan serta kelangsungan hidup perusahaan. Kosmetik wanita Maybelline saat ini mengalami kenaikan dalam *Top Brand Index* sehingga dapat meningkatkan penguasaan *market share*. Walaupun wardah dan Revlon sebagai pesaing utamanya, Maybelline akan tetap gencar meningkatkan posisinya sebagai *leader* utama walaupun Maybelline sendiri bukan termasuk kosmetik yang berlabelkan halal.

Dari hasil pengamatan, produk Halal termasuk kosmetik menjadi isu trend pada kalangan konsumen yaitu munculnya fenomena dikalangan Islam halalan dan Toyyiban. Terutama bagi para muslimah yang tentu saja dalam segala aspek kesehariannya memiliki pedoman bahwa *Halal Is My Life*. Mereka berharap kehalalan yang terjamin oleh perusahaan tersebut benar-benar akan membawa manfaat bagi kesehatan wajah dan tubuh mereka. Halal, sebutan bagi benda atau perbuatan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Selain itu fenomena yang timbul diakibatkan konsumen yang berlomba-lomba ingin mempercantik diri dan merias diri dengan menggunakan kosmetik tanpa melihat kosmetik itu halal atau tidaknya. Jadi, konsumen yang tadi berprinsip bahwa *halal is my life*, lupa akan kehalalan



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari suatu produk dikarenakan lebih mementingkan kecantikan yang dihasilkan dari kosmetik yang tidak berlabelkan halal.

Dengan kata lain LPPOM-MUI didirikan agar dapat memberikan rasa tentram pada umat tentang produk yang dikonsumsinya (**Adisasmito, 2008:10**). Lembaga inilah yang sebenarnya berwenang memberi sertifikat halal kepada perusahaan yang akan mencantumkan label halal.

Adanya LPPOM-MUI seolah memberikan angin segar bagi masyarakat muslim di Indonesia dalam memperoleh produk halal. Pemberian label halal pada suatu produk, sedikit banyak akan mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk yang dibeli. Kosmetik halal menjadi jawaban bagi wanita islam yang ingin tampil cantik namun tidak melanggar ajaran agama.

Kesadaran masyarakat tentang keamanan kosmetik yang digunakannya sudah semakin meningkat sejalan dengan munculnya berbagai dampak penggunaan bahan berbahaya dalam kosmetik. Akan tetapi, kesadaran masyarakat Muslim untuk memperhatikan kehalalan bahan yang terkandung dalam kosmetik masih sangat rendah. Dengan adanya wanita muslim yang masih menggunakan kosmetik yang tidak ada label halal yang tercantum di produk kosmetik yang mereka pilih membuat pemasar berlomba-lomba memproduksi kosmetik yang sesuai dengan selera konsumen tanpa melihat halal atau tidaknya suatu produk tersebut. Dengan demikian, masih banyak konsumen yang belum mengetahui betapa pentingnya bila kita menggunakan dan memakai produk kosmetik halal.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keputusan pembelian sangat penting diketahui oleh manajer agar dia bisa menyesuaikan produk yang akan diproduksinya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik wanita Maybelline yaitu terdapat berbagai macam varian seperti bedak, lipstik, lipglos, eyeliner dan lainnya. variabel bebas yang mendukung keputusan pembelian kosmetik wanita Maybelline ini yaitu pengetahuan konsumen dan Kesadaran halal.

Pengetahuan konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian. Pada tahap ini, seseorang menjadi lebih menerima informasi mengenai kosmetik. Ia memperhatikan iklan kosmetik, dan kosmetik yang digunakan oleh temannya, serta percakapan tentang kosmetik atau melakukan pengumpulan informasi secara aktif, melalui informasi tertulis, menelepon teman, dan mengumpulkan informasi dengan berbagai cara lain.

Disini peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen yang menggunakan kosmetik Maybelline. Dimana kosmetik Maybelline merupakan salah satu produk kosmetik yang tidak termasuk ke dalam daftar kosmetik halal atau yang berlabelkan halal. Untuk itu pengetahuan konsumen akan kandungan, kenyamanan dan kesehatan wajah pada penggunaan kosmetik Maybelline sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian. Dan juga seberapa besar pengaruh Pengetahuan konsumen akan kosmetik Maybelline dimana kosmetik ini tidak termasuk kosmetik yang berlabelkan halal. Apa pengaruh yang terdapat dari kosmetik Maybelline ini sehingga membuat banyak konsumen muslimah yang menggunakan kosmetik

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini. Dari sini bisa dilihat betapa besarnya pengaruh pengetahuan yang dimiliki konsumen dalam memutuskan untuk membeli.

Kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses produksi, pengemasan yang benar dan bahan yang terkandung didalamnya. Dari kesadaran halal ini kita sebagai pemasar akan tahu seberapa besar pengaruh konsumen dalam pemilihan kosmetik Maybelline dalam keputusan pembelian. Dari sini bisa juga dilihat berapa besar kesadaran halal yang dimiliki konsumen terutama muslimah yang hingga kini masih tetap memilih kosmetik Maybellie. Dimana kosmetik Maybelline ini tidak termasuk ke daftar kosmetik halal. Dan juga seberapa besar pengaruh kesadaran halal dari memilih kosmetik Maybelline terhadap keputusan pembelian.

Kesadaran masyarakat terhadap produk akan menghasilkan komitmen pelanggan terhadap produk tersebut berdasarkan kepuasan yang di dapat secara keseluruhan. Kepercayaan penting bagi konsumen karena kepercayaan akan membantu mengurangi resiko terhadap produk yang dipilih. Kepercayaan terhadap suatu produk atau merek akan mengurangi waktu yang diperlukan oleh konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Posisi produk yang baik akan memperbesar kemungkinan pembelian terhadap produk, ini adalah tujuan utama sebuah produk diproduksi yaitu supaya produk tersebut dikonsumsi dipakai dan digunakan.

Peneliti memilih kelurahan Sialang Sakti kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru sebagai lokasi penelitian dan wanita di Perumahan Pondok Mayang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai objek penelitian. Kompleks perumahan ini berlokasi di Jl. Sekuntum lebih tepatnya depan Taman Rekreasi Alam Mayang, Kelurahan Sialang Sakti Kecamatan Tenayan Raya.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Kosmetik Maybelline dibatasi pada faktor **“Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Kesadaran Halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru”**.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Pengetahuan Konsumen* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru ?
2. Apakah *Kesadaran Halal* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru ?
3. Apakah *Pengetahuan Konsumen dan Kesadaran Halal* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Untuk mengetahui apakah *Pengetahuan Konsumen* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru ?
2. Untuk mengetahui apakah *Kesadaran Halal* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru ?
3. Untuk mengetahui *Pengetahuan Konsumen dan Kesadaran Halal* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru ?

#### a. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori-teori yang didapat dibangku kuliah khususnya ilmu manajemen pemasaran tentang *Pengetahuan Konsumen, Kesadaran Halal* dan Keputusan Pembelian konsumen dengan kenyataan yang ada dilapangan.

2. Bagi UIN SUSKA RIAU

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam serta dapat digunakan sebagai pembanding dan revisi bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian selanjutnya di bidang pemasaran.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## b. Sistematika Penulisan

Secara garis besar pembahasan dalam proposal ini dibagi atas enam bab yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Secara sistematika penulisannya sebagai berikut

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu: Pengertian Pemasaran, Pengertian Pengetahuan Konsumen, Pengertian Kesadaran Halal, dan Keputusan Pembelian dan Penelitian Terdahulu.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, tehnik pengumpulan data, populasi dan sampel serta tehnik pengolahan data dan analisis data.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini berisikan gambaran umum Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru terutama Penduduk Perumahan Pondok Mayang.

**BAB V : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Maybelline di Kelurahan Sialang Sakti Pekanbaru.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya.