

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

Jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak yaitu sekitar 250 juta jiwa telah menjadikan Indonesia sebagai pasar yang menjanjikan bagi berbagai macam produk termasuk kosmetik. Saat ini perkembangan industri kosmetik Indonesia tergolong solid dengan mayoritas perusahaan membidik target konsumen utama kaum wanita. Bagi wanita, produk kosmetik selalu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, demi mendapatkan dan mempertahankan kecantikan dari waktu ke waktu. Kosmetik berasal dari kata *kosmein* (yunani) yang berarti “berias” yang sudah dikenal orang sejak zaman dahulu kala. Pengetahuan kosmetik tersebut kemudian menyebar keseluruh penjuru dunia melalui jalur komunikasi yang terjadi dalam kegiatan perdagangan, agama, budaya, politik dan militer, bahwa di Indonesia sendiri sejarah tentang kosmetotologio telah dimulai jauh sebelum zaman penjajahan Belanda (<http://www.psychologymania.com>).

Keinginan menggunakan produk kecantikan, bukan hanya menjadi sebuah keinginan, melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan yang akhirnya berdampak pada persaingan industri kosmetik juga semakin kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis kosmetik yang beredar di pasar, baik yang diproduksi dalam negeri maupun luar negeri, Masing-masing perusahaan berusaha menjadi pemimpin dalam pasar kosmetik yang berarti produknya diterima dengan baik di pasar. Potensi industri kecantikan di Tanah Air sangat memukau. Lihat

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.

saja berdasarkan hasil survei Euromonitor Internasional (tahun 2015), nilai ekspor kosmetik Indonesia mencapai sekitar 11 triliun. Menurut Euromonitor Internasional, negara negara berkembang berkontribusi 51% bagi industri kecantikan global, termasuk Indonesia yang memiliki pasar yang dinamis dikawasan Asia Tenggara. Diestimasikan Indonesia akan menjadi pasar pertumbuhan utama untuk industri kecantikan pada tahun 2019 (<https://swa.co.id>)

Salah satu industry kosmetik yang berkembang pesat saat ini adalah kosmetik Wardah yang diproduksi oleh PT Paragon Technology dan Innovation. Dalam majalah SWA online (2016) disebutkan bahwa pertumbuhan bisnis kosmetik Wardah mencapai 50%, dan ditargetkan tahun depan bisa tumbuh lagi minimal 50% dari tahun ini. Hal ini berarti Wardah adalah produk yang saat ini diminati oleh konsumen tak hanya kaum hawa juga kaum adam telah menggunakan kosmetik. Selain itu label halal yang sangat melekat pada kosmetik Wardah sangat mendapat respon positif dari konsumen, dengan begitu konsumen merasa lebih nyaman dalam mengkonsumsi produk. Selain Wardah, terdapat beberapa produk kosmetik yang memiliki label halal yang berarti bahan dasar yang digunakan baik dan aman dan bersertifikasi berdasarkan informasi yang diterbitkan dan selalu diperbaharui oleh LPPOM MUI. Tabel 1 menampilkan data produk kosmetik yang telah memiliki sertifikat halal dari MUI.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 1.1

Daftar Kosmetik Bersertifikat Halal MUI

No	Daftar kosmetik Halal	No	Daftar kosmetik Halal
1	Wardah	8	PAC
2	Ristra	9	Mustika Ratu
3	La Tulipe	10	Moors
4	Marcks Venus	11	Mustika Puteri
5	Sariayu	12	Biocell
6	Biokos	13	Rivera
7	Caring Colours	14	Theraskin

(Sumber : e-lppommui.org tahun 2017)

Produk Wardah merupakan pelopor pertama produk kecantikan yang mengutamakan kehalalan dalam pembuatannya dan memperoleh sertifikat halal MUI serta memperoleh penghargaan “*International Halal Award*” dari *World Halal Council* sebagai pelopor kosmetik halal di dunia pada tahun 2012 (SWA.co.id).

Penghargaan ini tentunya akan menaikkan citra produk dengan cepat terbukti dari pengamatan lapangan yang peneliti lakukan untuk melihat ramainya outlet-outlet Wardah yang dikunjungi oleh mahasiswi UIN SUSKA untuk melakukan pembelian produk-produk Wardah. Adapun beberapa outlet yang di amati oleh peneliti adalah outlet wardah di pesona swalayan yang terdapat di jalan Garuda Sakti km 1, Panam, outlet Wardah di Jln HR. Soebrantas dekat pasar pagi Panam, dan outlet Wardah di dalam Giant Panam. Adanya label halal diharapkan akan menarik konsumen yang *religius* untuk memprioritaskan produk tersebut untuk dikonsumsi. Terdapat subbudaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosial khusus bagi perilaku anggotanya antara lain adalah agama, kebangsaan,

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.

kelompok ras, dan wilayah geografis. **Zainal, V,R, Dkk (2017:237)**. Selain itu, agama juga mengatur mana yang dilarang dan tidak dilarang di mana hal ini mempengaruhi keputusan pembelian. Selanjutnya, hasil penelitian **Alam (2011)** menemukan bahwa *religiusitas* berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk di Malaysia. *Religiusitas* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah agama islam, karena terkait dengan sampel peneliti yaitu Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang bermayoritas agama Islam.

Selain tingkat *religiusitas*, penggunaan model dalam sebuah periklanan juga dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu cara beriklan yang digunakan perusahaan adalah dengan memanfaatkan selebriti sebagai ikon produknya. Selebriti tersebut tentu saja diharapkan dapat mewakili citra atau reputasi perusahaan, sehingga disini perusahaan tidak memilih selebriti dengan kualitas rendah. Karena jika perusahaan salah memilih selebriti, maka akan berdampak fatal bagi penjualannya dan *brand ambassador* yang di pilih diharapkan dapat mewakili produk yang dibintang iklaninya. **Santara dan Nugrahani (2012)** meneliti pengaruh penggunaan *brand ambassador* Anggun C. Sasmi terhadap keputusan pembelian Shampoo Pantene. Hasilnya ditemukan bahwa *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Melalui JFW 2017, Wardah mengangkat *brand ambassador* barunya, Raline Shah, yang dikenal melalui berbagai aktivitasnya di dunia modeling, film, sosial, dan kemanusiaan. Ia bergabung dengan delapan *Brand Ambassador* Wardah yang sudah lebih dulu bergabung, yaitu Inneke Koesherawati, Dian

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.

Pelangi, Ria Miranda, Zaskia Sungkar, Dewi Sandra, Tulus, Tatjana Saphira, serta Natasha Rizki. (<http://nakita.grid.id>)

Variabel selanjutnya yang diduga penulis dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk adalah harga, dikarenakan beberapa pengamatan yang dilakukan oleh penulis terhadap harga, seperti promo, potongan harga, dan sejenisnya yang berarti konsumen kebanyakan memilih suatu produk disebabkan karena harga. Penelitian **Martini (2015)** menemukan bahwa harga, kualitas produk dan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini mencoba memodifikasi berbagai variabel yang telah dibahas untuk diuji pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dari sisi produk, tempat penelitian, dan variabel yang diteliti. Berdasarkan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan, belum ada penelitian yang meneliti sekaligus pengaruh *religiusitas*, *brand ambassador*, dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Religiusitas, Brand Ambassador dan Harga terhadap Keputusan Mahasiswa UIN Suska Riau dalam Membeli Produk Wardah”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dalam sebuah penelitian, rumusan masalah merupakan hal yang terpenting. Hal ini diperlukan agar batasan masalah dapat menjadi jelas dan dapat dijadikan pedoman dalam melakukan sebuah penelitian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

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.

1. Apakah *Religiusitas* berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU ?
2. Apakah *Brand Ambassador* berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU ?
3. Apakah harga berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU ?
4. Apakah *Religiusitas*, *Brand Ambassador*, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU ?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Religiusitas* terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah secara persial pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah secara persial pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah secara persial pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU .
4. Untuk mengetahui *Religiusitas*, *Brand Ambassador* dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi UIN SUSKA RIAU.

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.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan dan memperluas wahana berpikir ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Peneliti Lanjutan

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi untuk mengetahui beberapa Faktor Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggannya dalam suatu produk.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun rencana sistematika penulisan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas dan menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berhubungan dengan penelitian, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang muncul dalam penelitian ini.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III

: METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini berisikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, metode analisa data.

BAB IV

: GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum perusahaan Kosmetik Wardah

BAB V

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian pengaruh *Religiusitas, brand ambassador*, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswa UIN SUSKA RIAU.

BAB VI

: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran penulis berikan kepada pihak perusahaan.

UIN SUSKA RIAU