

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LatarBelakang Masalah

Manusia modern tak luput dari pemakaian kosmetik, kosmetik membantu performa fisik agar lebih tampil menarik, wanita dan kosmetik seperti tidak akan pernah terpisahkan. Wanita sangat peduli tentang kulit dan kecantikan.tetapi bukan hanya kaum wanita, kaum laki-laki juga kini mulai memanfaatkan kosmetik seperti parfum, pomade dll agar tampil lebih menarik. Sekarang kosmetik bukan sekedar hanya alat rias belaka, tapi juga bersifat terapi, itu sebabnya bila kosmetik dipakai secara keliru semakin besar kemungkinan mudarat kosmetik, selain manfaat yang mungkin kita dapat, sebagaimana pemakaian obat-obatan, dalam memakai kosmetik, pakailah selama resiko pemakaiannya masih tergolong aman. saat ini semakin dekat dengan kehidupan manusia.

Atmadja (1997) Mengemukakan kosmetik yang dalam Bahasa Inggris *cosmetics* berasal dari kata “kosmein” (Yunani) yang berarti “berhias”.Bahan yang di pakai dalam usaha untuk mempercantik diri ini, dahulu diramu dari bahan-bahan alami yang terdapat di lingkungan sekitar. Sekarang kosmetik dibuat tidak hanya dari bahan alami tetapi juga bahan buatan dengan maksud untuk meningkatkan kecantikan.

Tetapi tidak semua kosmetik aman untuk dipakai, tujuan untuk menambah indah penampilan.Bukan hanya kosmetik rias, seperti parfum, bedak, deodoran tidak semuanya aman.Pertimbangan dunia medic, tak semata mempertimbangkan khasiat suatu kosmetik, melainkan penting pula untuk pertimbangan apakah aman

dipakai.kini, berbagai produk kecantikan membanjiri pasaran, namun masih ada produk kecantikan yang belum berlabel halal MUI dan izin edar dari BPOM.

Pada masa remaja, pastinya membutuhkan *makeup*, salah satu yang diperhatikan adalah varian bedak.Untuk kulit remaja cocoknya dengan formulasi bahan alami.Bedak yang aman dipakai kaum remaja setidaknya mengandung bahan yang dapat menjaga kelembapan kulit dan juga sudah teruji keamanannya.

Sebagai seorang wanita dan laki-laki muslim kita juga harus pandai memilih kosmetik yang halal dan aman baik dalam segi kualitas maupun kuantitas agar aman di pakai. Dalam proses produksi ada perusahaan yang menggunakan atau mencampurkan sesuatu yang tidak halal kedalam kosmetik yang diproduksi, maraknya kosmetika yang tersebar di masyarakat membuat label halal menjadi penting, khususnya bagi para muslimah. Adanya label halal MUI akan membuat pengguna merasa aman memakai kosmetika tersebut, tanpa perlu merasa khawatir.

Halal MUI merupakan fatwa ataupun hukum tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan halalnya sebuah produk baik itu makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika, sesuai dengan isyariat islam. Memberikan rasa aman, ketentraman batin, dan menjamin kelayakan suatu produk untuk umat masyarakat baik layak dari sisi kesehatan maupun layak dalam segi agama, yakni kehalalannya.Semua itu merupakan tujuan mendasar mengapa harus adanya Sertifikat Halal MUI.

Berdasarkan fenomena di kehidupan sehari-hari kosmetik sangatlah penting bagi seorang wanita, merk-merk kosmetik di Indonesia pun sudah banyak sekali

dan banyak juga kosmetik yang telah mendapatkan sertifikat halal. Tanpa kita ketahui kosmetik yang bersifat halal adalah hal yang paling utama. Label halal pada suatu kosmetik sangat mempermudah dalam membeli kosmetik yang aman, tetapi, masih banyak juga wanita pada saat membeli kosmetik tidak mementingkan label halal atau sudah halal atau belumnya kosmetik tersebut.

Fenomena yang terjadi pada mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang ialah mahasiswiterlihat kerap memakai kosmetik mulai dari bedak, lipstick, alis eyeliner dan bluson pada saat ke kampus sebagai bagian dari fashion, dan mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang juga terlihat menggunakan parfum pada saat di toilet. Gaya dan trend pada mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang tidak hanya tentang gaya berpakaian namun juga gaya *bermakeup*, bisa dilihat dari beberapa sosial media mahasiswi Universitas Bina Darma memposting foto OOTD (*Outfit of the day*) di akun instagram miliknya, tentu saja dia harus mendandani dirinya secantik mungkin agar postingannya disukai banyak orang.

Menurut Mehta (1994) minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Kusuma (Dewa, 2009) menyebutkan, terdapat beberapa ciri-ciri minat beli konsumen, diantaranya yaitu: a). Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa konsumen yang memiliki minat, memiliki minat untuk mencari informasi lebih detail produk tersebut, b). Konsumen cenderung memiliki

minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membayar barang tersebut, c). Menceritakan hal yang positif terhadap orang lain dan memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan, d). Merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain untuk juga menggunakan produk tersebut.

Menurut Kotler (Bowen&Makens,1999) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang yaitu pengambilan keputusan, situasi yang tidak tidak terduga dan sikap terhadap orang lain. Sedangkan menurut (Kotler,2002) Pengambilan keputusan dalam hal pembelian adalah konsumen akan melalui proses yaitu keputusan pembelian, keputusan ini ialah tindakan dari konsumen ingin membeli atau tidak terhadap produk tersebut, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dari produk tersebut sebelum konsumen memutuskan membeli.

Fenomena yang sering terjadi dalam minat beli bisa dilihat dari Mahasiswi Universitas Bina Darma merekomendasikan kosmetik berupa masker, lipstick yang sering ia pakai karena masker tersebut menurut nya murah dan bagus.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti pada tanggal 07 Mei 2019 bahwa terlihat segerombolan mahasiswi Universitas Bina Darma berdandan pada saat di toilet, mereka saling mencoba kosmetik milik mereka satu sama lain dan mereka saling bertanya membeli kosmetik tersebut di mana dan harga nya berapa, dan terlihat juga beberapa mahasiswa laki-laki terlihat pada saat di toilet memakai parfum dan pomade.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan salah satu mahasiswi berinisial R (*Personal communication*, 07 Mei 2019) R merupakan mahasiswi jurusan komunikasi yang berumur 20 tahun, R menjadikan kosmetik sebagai kebutuhannya sehari-hari, ia mengatakan bahwa setiap membeli suatu produk kosmetik yang diinginkan ia tidak pernah memperhatikan label Halal MUI karena biasanya langsung membeli saja tanpa mempertimbangkan apakah kosmetik tersebut sudah halal atau belum, yang terpenting untuknya kosmetik tersebut cocok.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara singkat dengan salah satu mahasiswi manajemen semester enam berinisial N (*Personal communication*, 23 Maret 2019) menurut N setiap membeli kosmetik ia tidak pernah melihat kosmetik tersebut sudah berlabel halal atau belum ia merasa terkadang menyarankan kosmetik yang banyak dipakai, murah dan berkualitas bukan kosmetik yang sudah berlabel Halal MUI.

Berdasarkan hasil wawancara singkat pada 07 Mei 2019 dengan subyek berinisial D (*Personal communication*, 22 Maret 2019) yang didasarkan dengan ciri-ciri minat beli yang ke 1 menurut Kusuma (Dewa, 2009) D mengatakan bahwa tidak pernah mencari tahu kosmetik yang akan dibeli sudah berlabel Halal MUI atau belum D hanya mencari tahu apa kegunaan untuk kosmetik tersebut dan komposisi pada kosmetik tersebut, apa efek samping dari kosmetik tersebut dan apa kelebihan kosmetik itu sendiri. Walaupun kosmetik yang akan dibeli tidak bersertifikat halal atau berlabel Halal MUI D tidak memperlakukan hal tersebut.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti pada 23 maret 2019 bahwa terlihat mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang kerap memakai kosmetik pada saat setelah makan di kantin, mereka bercerita bahwa sering membeli kosmetik di akun shopee dikarenakan kosmetik di shopee sangat lah murah.

Berdasarkan pada angket awal yang disebar ke 80 orang subjek mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang pada tanggal 07 mei 2019 terdapat 29 mahasiswi dengan presentasi 36,25% dan 51 mahasiswi dengan presentasi 63,75% menjawab tidak menyatakan pernyataan melihat dan memperhatikan label halal MUI pada setiap membeli kosmetik.

Berdasarkan pada angket awal yang disebar ke 80 orang subjek mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang pada tanggal 07 mei 2019 terdapat 55 mahasiswi dengan presentasi 68,75 dan 25 mahasiswi dengan presentasi 31,25% menjawab tidak menyatakan pernyataan tetap tenang jika mengetahui kosmetik yang telah digunakan tidak berlabel halal MUI.

Menurut Kotler (Bowen&Makens, 1999) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang yaitu pengambilan keputusan, situasi yang tidak terduga dan sikap terhadap orang lain.

Dermawan (2004) pengambilan keputusan adalah suatu proses yang dipengaruhi oleh banyak kekuatan, termasuk lingkungan organisasi, pengetahuan, kecakapan dan motivasi. Pengambilan keputusan juga merupakan ilmu dan seni pemilihan alternatif solusi atau tindakan dari sejumlah alternatif solusi dan

tindakan yang berguna menyelesaikan masalah. Sedangkan menurut (Sutisna,1985) suatu proses memilih tindakan alternatif yang mungkin.

Selain itu menurut (Afiff,2014) adapun sejumlah karakteristik pengambilan keputusan itu sendiri ialah , memiliki sifat toleransi yang tinggi untuk permasalahan yang bersifat ambiguitas, memiliki skala prioritas, menjadi pendengar yang baik, mampu membangun konsensus di seputar keputusan, menghindari stereotipe, melakukan umpan balik, tetap tenang dalam menerima masukan, baik masukan yang konstruktif maupun deskruktif dan tetap realistis tentang biaya dan kesulitan yang di hadapi.

Fenomena yang terjadi tentang hubungan pengambilan keputusan dengan produk berlabel halal MUI bisa dilihat dari beberapa mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang membeli kosmetik di akun shopee dikarenakan kosmetik di shopee sangat lah murah. Mereka tidak memperdulikan apakah kosmetik tersebut berlabel halal atau tidak, walaupun kosmetik tersebut tidak berlabel halal MUI mereka tidak menanggapi dengan serius masalah tersebut.

Berdasarkan observasi yang dilakukan penelitian pada tanggal 21 maret 2019, mahasiswi Universitas Bina Darma terlihat ada yang ingin membeli kosmetik di akun shopee mahasiswi tersebut menawarkan kepada teman-temannya juga untuk membeli kosmetik tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang berinisial D (*Personal communication*) pada tanggal 08 mei 2019 D mengatakan bahwa sering membeli kosmetik di akun shopee dikarenakan kosmetik di shopee sangat lah murah dan terjangkau, dan juga

banyak sekali kosmetik yang beredar dari luar negeri yang harganya sangat murah dibandingkan kosmetik-kosmetik yang ada di Palembang, D juga mengatakan bahwa kualitas kosmetik nya juga bisa di katakana sama

Berdasarkan hasil wawancara singkat pada tanggal 08 mei 2019 berdasarkan karakteristik pengambilan keputusan menurut Afiff (2004) menyatakan bahwa memiliki toleransi yang tinggi jika ada permasalahan yang bersifat ambiguitas. Menurut subyek yang berinisial T (*Personal communication*, 08 Mei 2019) T mengatakan jika sudah cocok memakai kosmetik sehari-hari ia tidak akan menanggapi dengan mudah apa masalah yang ada pada kosmetik tersebut karena sebelum dia menggunakan kosmetik tersebut dia lebih dulu mencari tahu apa bahaya dalam kosmetik tersebut dan apa efek samping pada kosmetik tersebut, ia juga mengatakan setiap ingin membeli kosmetik yang pertama kali dilihat adalah tanggal kadaluarsa pada produk tersebut walaupun kosmetik tersebut dapat dikatakan tidak halal T tidak akan menanggapi dengan serius masalah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara singkat pada tanggal 08 mei 2019 berdasarkan karakteristik pengambilan keputusan menurut Afiff (2004) menyatakan bahwa memiliki skala prioritas. Menurut subyek yang berinisial Z (*Personal communication*, 08 Mei 2019) Z mengatakan jika sudah cocok dengan kosmetik yang ia pakai dia kerap menjadikan kosmetik tersebut sebagai kebutuhan sehari-hari nya, dan jika kosmetik tersebut habis Z akan terus membeli kosmetik tersebut, dan dia tidak akan mengganti kosmetik tersebut dengan merk kosmetik yang baru, walaupun jika kosmetik yang telah ia pakai ternyata tidak berlabel halal MUI ia tidak mempermasalahkan hal tersebut.



Berdasarkan data angket awal yang telah dibagikan kepada 80 mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang, pada tanggal 08 mei 2019 berhubungan dengan karakteristik pengambilan keputusan yang ketuju adalah tetap tenang dalam menerima masukan baik masukan yang konstruktif maupun deskruktif menunjukkan bahwa terdapat 55 mahasiswi menjawab ya dengan presentasi 68,75 dan 25 mahasiswi dengan presentasi 31,25% menjawab tidak menyatakan pernyataan tetap tenang jika mengetahui kosmetik yang telah gunakan belum berlabel halal MUI.

Dari teori-teori yang telah dipaparkan tersebut mengandung arti bahwa minat beli seseorang itu sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian berperan penting terhadap pengambilan keputusan seseorang dalam menentukan pilihannya dan juga terdapat suatu proses yang dipengaruhi oleh banyak kekuatan termasuk lingkungan organisasi dan pengetahuan, kecakapan dan motivasi.

Berdasarkan fenomena diatas penelitian tertarik untuk mengetahui bagaimana Hubungan Antara Pengambilan Keputusan Dengan minat beli Kosmetik Berlabel Halal MUI Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan antara Pengambilan Keputusan dengan Minat Beli Kosmetik Berlabel Halal MUI Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang.

## **C. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan ilmiah pada pengembangan ilmu psikologi konsumen tentang Hubungan antara Pengambilan Keputusan dengan Minat Beli Kosmetik Berlabel Halal MUI Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang.

### 2. Manfaat Praktis

1. Untuk Mahasiswa agar dapat mengetahui pentingnya label halal MUI pada kosmetik

#### 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Serta untuk dapat membantu mengetahui dan menjadi bahan pertimbangan antisipatif sebab Hubungan antara Pengambilan Keputusan Dengan Minat Beli Kosmetik Berlabel Halal MUI pada mahasiswa serta memberikan masukan secara tidak langsung tentang pentingnya Pengambilan keputusan yang harus ada didalam diri.

#### **D. Keaslian Penelitian**

Penelitian mengenai pengambilan keputusan oleh Meldarianda (2010) di Bandung dengan judul Pengaruh Store Atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort cafe Atmosphere Bandung. Subjeknya adalah 125 orang responden di kota Bandung. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai factor loading  $> 0.4$ , ini berarti konstruk penelitian sudah valid.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Riska Septifani, Fuad Achmadi dan Imam Santoso (2014) di Semarang dengan judul Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 160 responden berdasarkan hasil penelitian responden yang lebih banyak mengkonsumsi minuman teh dalam kemasan RGB adalah pelanggan berjenis kelamin perempuan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Herry Widagdo dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT.XYZ Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli computer di PT XYZ Palembang, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* jumlah responden yang diambil 110 orang hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik tingkat pendidikan dari konsumen PT.XYZ berbeda-beda, penelitian juga diperoleh mayoritas responden yang berpenghasilan 2 sampai dengan 3 juta yaitu sebanyak 57 atau 52% orang

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Angelina Rares dan Rontinsulu Jopie Jore (2015) di Manado *The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Product Tow Ards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Manado Town Square* jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pengunjung termasuk pembeli Bengkel Gaol Manado Town Square, hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Nafisah Arinilhaq (2017) *Purchase Intention On Halal Culinary Fast Food In Yogyakarta* Penelitian ini dilakukan di PTYogyakarta, Indonesia. Populasi adalah siswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa ada lima hipotesis di mana 3 di antaranya dimiliki efek positif dan signifikan, sedangkan 2 lainnya tidak signifikan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Deasy Lestary Kusnandar dan Lucky Radi Rinandiyana (2015) di Tasikmalaya dengan judul *The Influence Of Green Marketing On Purchase Decision With Brand Image As Mediate Variabel* Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey, objek penelitian adalah *green marketing, brand image dan purchase decision* responden penelitian adalah pengguna Tupperware di Tasikmalaya. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *green product, green price, green promotion, brand image terhadap keputusan pembelian.*