

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANASUI MATTEDORABLE LIP CREAM BOBA EDITION DI KABUPATEN NGAWI

Aprilia Nanda Ariska¹⁾, Heny Sidanti²⁾

¹Universitas PGRI Madiun

Aprilia.mnj@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

Henysidanti75@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of product quality, price, and halal labels on purchasing decisions for Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition products. The research was conducted on consumers who bought the Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition product in the Ngawi Regency area. The number of samples determined is 384 respondents using a quantitative approach. The analytical method used is purposive sampling. Data analysis was carried out using multiple linear regression analysis and using the help of the IBM SPSS version 25 program. The results of the study proved that product quality did not have a positive and significant effect on purchasing decisions for the Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition product in Ngawi Regency. Price has a positive and significant effect on the decision to purchase the Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition product in Ngawi Regency. The Halal label has a positive and significant effect on purchasing decisions for the Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition product in Ngawi Regency.

Keywords: Product Quality, Price, Halal Label, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition. Penelitian dilakukan pada konsumen yang membeli produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di wilayah Kabupaten Ngawi. Jumlah Sampel yang ditentukan yaitu 384 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda dan menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi. Label Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Label Halal, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Meningkatnya perkembangan kosmetik di Indonesia terutama pada Gen Z yang tumbuh dewasa dengan kesadaran tinggi akan kebutuhan kosmetik. Penggunaan kosmetik sudah menjadi salah satu kebutuhan para wanita, disetiap kesempatan kosmetik selalu terpoles diwajah mereka. Dengan meningkatnya peminat kosmetik di kalangan masyarakat menyebabkan semakin meningkat pula industri kosmetik, hal ini yang menjadikan industry kosmetik penting untuk dianalisis. Menjadi cantik dan menawan merupakan dambaan setiap orang terutama para wanita. Apapun dilakukan agar tetap menarik dan cantik, termasuk salah satunya dengan kosmetik. Dengan adanya fenomena ini maka munculah berbagai macam industri kosmetik yang mengeluarkan berbagai jenis kosmetik, salah satunya yaitu kosmetik bibir.

Pada dasarnya tolak ukur yang menjadikan produk banyak peminatnya atau banyak disukai adalah kualitas produk itu sendiri (Ekasari & Mandasari, 2022). Fenomena maraknya produk kosmetik yang beredar maka bermacam-macam pula bahan yang terkandung di dalam setiap produk kosmetik. Bagi wanita muslimah kosmetik yang digunakan haruslah memenuhi standar halal agar tidak mengganggu ibadah mereka. Menurut data (GoodStats.id) produk kecantikan bibir menjadi kosmetik yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia dengan perolehan persentase 97% pada tahun 2021. Sekarang semakin banyak brand kosmetik bibir yang beredar dikalangan masyarakat dengan formula yang berbeda-beda. Dari semua jenis kosmetik bibir, lipcream yang paling banyak diminati terutama kalangan remaja.

Produk kecantikan bibir yang beredar luas dikalangan masyarakat sangatlah banyak, salah satu produk kosmetik dari brand lokal yang beredar di masyarakat di Kabupaten Ngawi adalah produk Hanasui. Hanasui merupakan brand kosmetik lokal yang telah dirilis pada tahun 2016 dibawah naungan PT. Eka Jaya Internasional tepatnya di Jalan Prabu Kiansantang 89 di Priuk, Tangerang, yang telah mengantongi sertifikat izin produksi, cara pembuatan kosmetik yang baik (CPKB), BPOM dan

sertifikat halal (Mediaindonesia.com, 2022). Hanasui berada di urutan ke 4 dari 10 brand lip cream terbaik dengan penjualan sebesar 6,8%. Dengan demikian Hanasui tergolong menjadi brand kosmetik yang masih diminati oleh masyarakat dan tidak kalah bagus dengan brand lainnya.

Brand kosmetik ini banyak digemari masyarakat mulai dari kalangan remaja hingga dewasa karena dapat mempercantik bibir serta menutupi garis bibir yang gelap. Sudah bersertifikat halal dan terdaftar di BPOM yang tertera dikemasannya sehingga sudah terjamin keamanan dan kehalalannya. Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition *launching* pada bulan November 2020. Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition memiliki 6 shade warna yaitu *Forest Berry, Brown Sugar, Salted Caramel, Pink Lava, Creamy Peach, dan Hazelnut Latte*. Hanasui Mattedorable Lip Cream Hanasui memiliki kualitas yang bagus. Keunikan produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition terletak pada desain botol yang bernuansa *gold* dengan ukiran gambar minuman boba sehingga dipegang tampak bertekstur dan dibagian tutup botol terdapat *fake button* / ornamen seperti tombol ‘estetik’ terlihat lebih mewah dan tidak pasaran.

Beberapa keunggulannya dibandingkan dengan produk lain seperti Maybelline, Implora, Wardah, Omg, Focalure, Madame Gie, Pink Flash yaitu Hanasui hadir dengan varian rasa boba sehingga konsumen dapat menikmati rasa boba tanpa khawatir kalori. Dengan formula yang mengandung *olive oil* dan vitamin E (*double moisturizer*), tidak membuat bibir kering dan teksturnya ringan dan tidak mudah pecah (*non cracking*). Warna yang dihasilkan *intense* dan *pigmented* menutup warna asli bibir dengan sempurna, serta bisa digunakan sebagai *blush on*. Aman digunakan, Halal, terdaftar resmi BPOM, dan bebas paraben (bahan pengawet berbahaya). Dikemas dengan menarik dengan warna *rose gold* yang elegan sehingga tampak mahal.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan nilai yang mengacu pada atribut atau properti yang terkandung dalam sebuah produk yang dapat memuaskan konsumen secara psikologis dan fisik (Kotler & Armstrong 2008). Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diimplementasikan (Dwiantara, 2020). Didasari oleh teori tersebut umumnya kualitas produk merupakan suatu keadaan yang dipaparkan oleh suatu produk dengan tujuan menjelaskan spesifikasi, fitur-fitur yang dapat menyakinkan calon konsumen mengerti akan produk tersebut. Perusahaan harus mampu menyediakan produk berkualitas tinggi untuk mendapat nilai yang baik dalam bersaing dengan kompetitor lainnya.

Harga

Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat menggunakan atau memiliki produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2013). Menurut Tandjung (2004), harga ialah banyaknya uang yang sudah disepakati antara calon pembeli dengan penjual untuk ditukarkan dengan barang dan jasa. Pada intinya harga ialah suatu dari nilai yang harus dibayarkan oleh pelanggan atas pembelian sesuatu (Insani & Mediawati, 2020). Didasari oleh teori tersebut, harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena keuntungan yang diperoleh dari penjualan ditentukan dari harga yang ditetapkan. Konsumen banyak yang membandingkan dan mengevaluasi harga untuk menjadi acuan dalam transaksi jual beli produk.

Label Halal

Menurut Elmi As Pelu (2009), label halal merupakan label berupa gambar atau tulisan yang memuat keterangan halal dengan standart halal menurut agama islam

dan berdasar peraturan pemerintah. Di dalam Undang-Undang Nomo 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal telah dijelaskan bahwa produk halal adalah produk yang sudah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam. Penting bagi wanita muslim untuk bisa menggunakan produk kosmetik halal karena tidak jarang produk yang beredar di masyarakat mengandung bahan tidak halal. Tujuan dari adanya label halal ialah untuk bisa membedakan antara produk halal dengan produk tidak halal. Dengan adanya logo MUI yang tercantum dalam kemasan sudah dipastikan bahwa produk tersebut terjamin kehalalannya.

Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman & Kanuk (2004), keputusan pembelian merupakan keputusan untuk memilih suatu tindakan lebih dari dua atau lebih yang ada pilihan alternative. Sedangkan menurut Tjiptono (2012), keputusan pembelian ialah sebuah proses konsumen untuk mengenal masalahnya, mencari informasi terkait produk atau merek tertentu serta mengevaluasi masing-masing untuk memecahkan masalah yang kemudian mendorong kepada keputusan pembelian. Didasari teori tersebut keputusan pembelian diartikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Konsumen setelah menentukan pilihan-pilihan dari berbagai alternative kemudian akan memutuskan untuk membeli produk yang paling disukai atau diminati.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana data pada penelitian dapat dinyatakan dan dihitung menggunakan angka atau bilangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di

Kabupaten Ngawi dengan jumlah sampel 384 responden. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini menggunakan *google form*. Pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* jenis dari *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yakni metode penetapan sampel dengan menggunakan kriteria dan pertimbangan tertentu. Pengukuran skor dalam instrument ini menggunakan Skala Likert. Dengan menggunakan skala likert maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator lalu kemudian dijadikan tolak ukur untuk menyusun pertanyaan.

Hipotesis pada penelitian sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

H2 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian

H3 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara label halal terhadap keputusan pembelian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah suatu variabel *independent* dan variabel *dependent* atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal. Dengan ketentuan jika nilai signifikan $<0,05$ maka data memiliki distribusi normal, tetapi jika memiliki nilai signifikan $>0,05$ maka data memiliki distribusi tidak normal. Pengujian normalitas menggunakan SPSS dapat diperoleh dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52016269
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.039
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
Monte Carlo. Sig. (2-tailed)		.360 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah IBM SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov Test membuktikan bahwa nilai Monte Carlo signifikan sebesar $360 > 0,05$. Kesimpulan dari data diatas dapat dikatakan bahwa seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 2. Hasil Uji T

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig
Kualitas Produk (X1)	1,326	1,966	0,185
Harga (X2)	13,294	1,966	0,000
Label Halal (X3)	2,584	1,966	0,010

Sumber : Data diolah SPSS 25,2023

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi.

Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten karena nilai t hitung 1,326 lebih kecil dari t tabel 1,966. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian, hal ini menunjukkan berarti hipotesis dalam penelitian ini tidak diterima. Dapat diketahui dalam penelitian ini terkait dengan kualitas produk merek Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition dimana menjelaskan produk Hanasui nyaman digunakan, memiliki masa kadaluarsa yang lama, mudah diblending serta sesuai dengan keinginan yang diharapkan oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak/kurang mempertimbangkan kualitas produk ketika mereka melakukan keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi.

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi karena nilai t hitung 13,294 lebih besar t tabel 1,966. Hal ini terjadi karena variabel harga yaitu keterjangkauan harga, harga sesuai dengan kualitas dan daya saing harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian produk. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel harga terhadap keputusan pembelian, hal ini menunjukkan hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dapat diketahui dalam penelitian ini terkait dengan harga merek Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition dimana menjelaskan harga produk Hanasui cukup bersaing bila dibandingkan dengan lip cream yang harganya sama dan harganya sesuai dengan kualitas serta terjangkau oleh semua kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah mengetahui harga

produk ketika mereka melakukan keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition.

Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi.

Label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi karena nilai t hitung 2,584 lebih besar dari t tabel 1,966. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel label halal terhadap keputusan pembelian, hal ini menunjukkan hipotesis dalam penelitian ini diterima. Adanya indikator variabel label halal yakni gambar, tulisan, kombinasi gambar dan tulisan serta menempel pada kemasan. Dapat diketahui dalam penelitian ini terkait dengan harga merek Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition dimana menjelaskan bahwa label halal terdapat gambar *barcode* dan Label Halal MUI, ada tulisan BPOM dan nomor Halal serta atribut kehalalan yang menempel pada kemasan produk Hanasui. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah mengetahui label halal produk ketika mereka melakukan keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil analisis data pada Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi. Label Halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition di Kabupaten Ngawi

Saran

1. Saran praktis

Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Boba Edition perlu mempertahankan kualitas produk, memberikan harga terjangkau sesuai dengan manfaat yang diberikan dan label halal untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terkait produk tersebut. Konsumen akan mempertimbangkan dan memilih secara selektif dalam membeli produk baik dari segi kualitas produk, harga maupun label halal.

2. Saran Teoritis

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variable selain kualitas produk, harga, dan label halal yang ternasuk dalam strategi pemasaran produk. Variable lainnya diharapkan dapat diketahui pengeraruhnya untuk dapat menyempurnakan hasil penelitian.

3. Saran Akademis

Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan menggunakan variabel lainnya, menggunakan cara analisis dan teori lain untuk dapat menghasilkan penemuan baru yang bermanfaat bagi semua orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*. 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>

Heny Sidanti, R. U. A. F. F. R. H. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax Di Kabupaten Ponorogo*. September.

Hulima, J. S. P., Soepono, D., & Tielung, M. V. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1167–1177.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>

Inayah, F. R., Parakkasi, I., & Sofyan, A. S. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Personal Selling dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Follower Instagram Scarlett Whitening). *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(2), 163.
<https://doi.org/10.31000/almaal.v4i2.6610>

Mediaindonesia.com. (2022). *Pacu Penjualan, Brand Kosmetik Lokal Andalkan Harga Terjangkau*. Mediaindonesia.Com.

Rusnaini, S., Pratiwi, W., Ariyanto, M., & Albadry, S. A. (2023). *Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Ms Glow Di Maya Store Agen Muara Bungo Pendahuluan*. 7083(1), 32–40.

Samsuri. (2023). *RIBHUNA : Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah PENGARUH LABEL HALAL, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE SEDAAP PADA KONSUMEN TOKO BASMALAH CABANG MUNCAR*. 2. <https://databoks.katadata.co.id>

Sari, R. M., & Prihartono. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.
<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD>

Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.

- Sidanti, H., & Fauzi, Rizal Ula AnantaRohman, Fatchur, D. (2022). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4(September).
- Syauqina Hanifah, Budi Wahono, M. K. A. (2019). *Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang*. 12(02), 221–232.
- Wina Aprilia, Hendra Harmain, Nurul Janah. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, sertifikat halal dan keputusan pembelian terhadap permintaan produk Hand body Lotion Citra (studi kasus masyarakat kelurahan Dwikora, Kecamatan Medan Helvetia), 4(1), 88–100.
- Yohana Dian Puspita, 2Ginanjar Rahmawan. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices , Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
- Yunefa, A., & Sabardini, sri ekanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 171–186.