

Pengaruh Lokasi, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Toko Aster Malang

Sita Agustin

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)

e-mail: sitaagustin32@gmail.com

Candra Wahyu Hidayat

Rusno

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan, Malang)

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Kota Malang yang membeli produk Wardah dengan jumlah sampel sebanyak 112 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga dan label halal secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Toko Aster Malang. Serta lokasi, harga dan label halal secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Toko Aster Malang.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Label Halal

ABSTRAK: This study aims to determine the effect of Location, Price and Halal Labels on Purchasing Decisions of Wardah Products in Malang. This type of research is quantitative research. The population in this study were consumers in Malang who bought Wardah products with a sample size of 112 respondents. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the location, price and halal variables partially have a positive effect on the purchasing decision of Wardah products in Malang Aster Shop. As well as location, price and halal labels simultaneously have a positive effect on the decision to purchase Wardah products in Aster Store Malang.

Keywords: Location, Price, Halal Label

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis bukanlah hal yang baru dalam dunia perdagangan global, terutama dalam menghadapi persaingan pemasaran yang semakin tajam, seorang produsen tidak boleh terpaku hanya pada 1 produk saja. Persaingan sekarang bukanlah apa yang diproduksi perusahaan dalam pabrik tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada hasil pabrik tersebut dalam menentukan lokasi. Dengan demikian keberhasilan menjual suatu produk sangat ditentukan oleh ketrampilan mengelola produk, serta dapat meningkatkan penjualan. Menurut Tranggono (2007), Kosmetik adalah persediaan atau panduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan seperti epidermis, rambut, kuku, gigi dan rongga mulut antara lain untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan agar tetap segar.

Salah satu produk kosmetik yang diminati kaum wanita, terutama para remaja dan dewasa yang ada di Indonesia saat ini ialah Wardah yang dikeluarkan oleh PT Paragon Technology And Innovation (PT). Wardah merupakan salah satu produsen produk kecantikan yang didirikan oleh PT Paragon Teknologi and Innovation pada tahun 2011. Perusahaan ini tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan penyedia produk kecantikan atau

Pengaruh Lokasi, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Toko Aster Malang

kosmetik yang berhasil melewati dua *competitor* utama untuk menjadi merek to di Indonesia. Disamping itu produk Wardah yang keseluruhan berjumlah 200 macam telah mendapatkan sertifikat halal, yang dikeluarkan oleh MUI. Penjualan yang berawal tahun 1985 melalui door to door ini kemudian berkembang menjadi 1500 outlet yang tersebar di Departement Store dan Pusat pembelanjaan lengkap dengan konsultan kecantikannya. Dengan konsep Islami dan berlabel halal, Wardah adalah produk kosmetik pertama di indonesia yang mendapatkan sertifikat halal dari LP POMMUI.

Wardah memproduksi produk kecantikan dari bahan-bahan pilihan, alami dan aman. Konsep teknologi terbaru, formulasi sesuai *international dermatologist standartd* dengan bahan- bahan alami yang berkualitas serta aman. Wardah mengadakan blind test sebelum *product launching* untuk menjamin produk yang dihasilkan benar-benar berkualitas dan aman.

Wardah sebagai kosmetik yang ditujukan untuk wanita muslim telah berkembang pesat menjadi produk yang dapat dinikmati kalangan lebih luas. Wardah selalu berinovasi serta berkreasi menjawab setiap kebutuhan kecantikan wanita indonesia. Wardah Signature Beauty adalah komitmen puluhan tahun untuk selalu mengedepankan kualitas dan mendukung wanita tampil cantik sesuai karakternya masing-masing. Setiap penciptaan kosmetik dan perawatan kulit Wardah adalah hasil dari proses berteknologi modern di bawah pengawasan ahli serta dokter kulit (www.wardahbeauty.com) Produk Wardah ini selain dijual dipasaran perusahaan juga menggunakan iklan, katalog dan media sosial untuk meningkatkan volume penjualan tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), keputusan pembelian dalah tahapan dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli.

Menurut Tjiptono (2015), Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Menurut Philip Kotler, (2008) Harga dalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Strategi harga dalam meningkatkan volume penjuan adalah dengan memberikan harga yang murah dengan memperkecil tingkat keuntungan suatu barang.

Label merupakan bagian dari produk yang menyampaikan suatu informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau pula etiket (tanda pengenalan) yang dicantelkan pada produk.

Halal adalah tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat islam, dan pengelolannya tidak bertentangan dengan syariat islam. Sehubungan dengan penjelasan diatas , maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Wardah dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Prduk Wardah Di Toko Aster Malang”**

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk, Kotler (2007) .

Lokasi

Tjiptono (2008) Lokasi merupakan salah satu strategi pemasaran. Lokasi yang strategis di pusat kota atau dekat dengan pusat kegiatan manusia merupakan pilihan yang tepat untuk mendirikan bangunan komersial.

Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Sob Sabran (2009), harga adalah salah satu elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.

Labelhalal

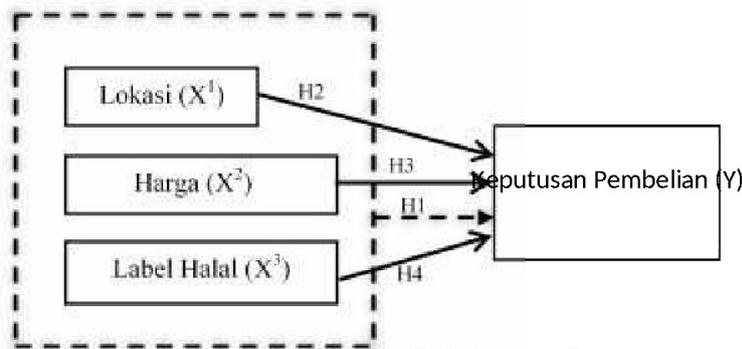
Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata- kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi suatu informasi berupa nama atau merek

Pengaruh Lokasi, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Toko Aster Malang

produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa dan tanggal pembuatan, isi produk dan keterangan legalitas. Kotler dan Amstrong (2010), label adalah merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan mereka dari para pesaing.

Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel independen, yaitu lokasi (X_1), harga (X_2), label halal (X_3), terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), dengan kerangka konsep sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

1. Diduga Lokasi, Harga, dan Label Halal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah.
2. Diduga Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah.
3. Diduga Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah.
4. Diduga Label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah.

METODE

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian penjelasan (explanatory research) yaitu kausalitas yang menjelaskan suatu hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis. Jenis penelitian ini dipilih dikarenakan metode yang digunakan adalah metode kuisioner sebagai alat pengumpulan data.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk wardah.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari produk Wardah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik Non Probability Sampling yang artinya yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama untuk setiap anggotanya yang akan dijadikan sebagai sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang diajukan sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk memperoleh persepsi responden berdasarkan lokasi, harga, dan label halal terhadap keputusan pembelian pada produk wardah di Toko Aster Malang

Definisi Operasional

Terdapat 5 tahapan yang dilalui konsumen untuk memutuskan suatu pembelian, terdiri dari tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, dan tahap perilaku pasca

Pengaruh Lokasi, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Toko Aster Malang

pembelian. Indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini menurut Kotler adalah : (a) kebiasaan dalam membeli, (b) kemantapan pada sebuah produk, (c) memberikan rekomendasi kepada orang lain terhadap produk tersebut untuk membeli sebuah produk, (d) melakukan pembelian kembali setelah sebelumnya pernah membeli. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Indikator lokasi meliputi : (a) akses (b) visibility (c) lalu lintas.

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya, untuk memudahkan proses kegiatan jual beli suatu produk atau jasa. Indikator harga: (a) kesesuaian harga produk, (b) daftar harga, (c) potongan harga khusus (allowance) (d) harga yang dipersepsikan.

Label Halal merupakan pencantuman suatu tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk agar menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Indikator label halal meliputi : (a) pengetahuan, (b) kepercayaan, (c) penilaian terhadap labelisasi halal.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu lokasi (X₁), harga (X₂), label halal (X₃), terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Model analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

X₁ = Variabel lokasi

X₂ = Variabel harga

X₃ = Variabel label halal

b₁ = Koefisien regresi dari lokasi

b₂ = Koefisien regresi dari harga

b₃ = Koefisien regresi dari label halal

e = error

PEMBAHASAN

Pengaruh Lokasi, Harga, Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Toko Aster Malang.

Lokasi, harga, label halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan beberapa indikator kebiasaan dalam membeli produk, kemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain terhadap produk tersebut untuk membeli sebuah produk, melakukan pembelian kembali setelah sebelumnya pernah membeli.

Variabel lokasi, harga, label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ainur Rizky Putra dengan judul Pengaruh Harga, Label Halal, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Koperasi Syariah 212 Ciputat) yang menyatakan bahwa lokasi, harga dan label halal secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah Di Toko Aster Malang.

Variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena keputusan pembelian dibentuk oleh indikator lokasi, akses, visibility, dan lalu lintas. Jumlah lokasi ternyata hasil yang dominan ada pada indikator visibility yaitu lokasi atau tempat wardah toko aster malang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Sedangkan item terendah ada pada indikator akses yang menyatakan bahwa membeli produk karena tempat mudah dijangkau. Artinya baik dalam pemilihan lokasi atau tempat maka

Pengaruh Lokasi, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Toko Aster Malang

minat beli konsumen wardah toko aster malang akan semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Elly Rahayu, dengan judul Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kaisran membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Wardah Di Toko Aster Malang.

Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk wardah. Kriteria harga dibentuk oleh indikator daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran. Jumlah harga ternyata hasil yang paling dominan ada pada indikator daftar harga produk wardah memberikan kualitas produk dan harga yang seimbang. Sedangkan item terendah ada pada indikator potongan harga yang menyatakan bahwa potongan harga produk wardah memberikan diskon di akhir tahun. Artinya keputusan pembelian dipengaruhi oleh daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran sesuai dengan kebutuhan konsumen. Jadi semakin tinggi pula keputusan pembelian di toko aster malang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarini Kodu (2013), dengan judul Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avansa. Penelitian ini membuktikan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian.

Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Bogo di Kota Malang

Variabel label halal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk wardah. Karena label halal dibentuk oleh indikator pengetahuan, kepercayaan, penilaian terhadap labelisasi halal. Jumlah label halal ternyata hasil lebih dominan ada pada indikator pengetahuan yang menyatakan bahwa pengetahuan rata-rata konsumen telah mengetahui bahwa produk wardah berlabel halal. Sedangkan item terendah ada pada indikator kepercayaan yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen tinggi terhadap produk wardah. Artinya keputusan pembelian pada wardah toko aster malang dipengaruhi oleh pengetahuan, kepercayaan dan penilaian terhadap labelisasi halal. Jadi semakin positif persepsi konsumen terhadap kepercayaan loyalitas konsumen akan semakin tinggi sehingga konsumen akan melakukan pembelian secara berkesinambungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yusuf Andriansyah, Rois Arifin, dan Rachmat, dengan judul Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang. Penelitian ini membuktikan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini mengenai pengaruh lokasi, harga, label halal terhadap keputusan pembelian pada produk wardah di toko aster malang maka dapat ditarik kesimpulan bahwa (1) Lokasi, harga dan label halal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin baik lokasi, harga dan label halal maka semakin meningkat pula keputusan pembelian Wardah Toko Aster Malang; (2) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tepat lokasi yang ditentukan oleh wardah maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian Wardah Toko Aster Malang; (3) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin terjangkau harga yang diberikan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian Wardah Toko Aster Malang; (4) Label Halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk berstatus sebagai produk halal maka akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, khususnya yang beragama muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. 2008. Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Alfred, O. 2013. *Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in the Kumasi Metropolis in Ghana*, European Journal of Business and Management. Vol. 5 No. 1, hal: 179-199.

Pengaruh Lokasi, Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah di Toko Aster Malang

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Adisasmito, dan Wiku. 2010. *Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Dalam Labeling Obat dan Makanan*. Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- Elly Rahayu, Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran
- Gitosudarmo. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta : BPFE
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2010. *Principles Of Marketing*. Edisi 13. England : Pearson
- Kotler, Philip . 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Keller, yang dialih bahasakan oleh sob sabran 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.
- Kotler, Amstong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Muhammad Ibnu Elmi As. 2009. *Lbel Halal; Antara Spiritual Bisnis dan Komoditas Agama*. Malang: Madani;
- Nurul Huda, Muchlisin dan Zuliana. 2014. *Pengaruh Label Halal Pada Makanan Terhadap Konsumsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta*. SUHUF, Vol. 26, No. 1, Mei 2014: 57-66
- Sarini, 2013, *Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avansa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)*
- Sugiyono, 2010, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Penerbit ALFABETA.
- _____, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tranggono, Retno, dkk. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Utami, dan Wahyu Budi. 2013. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membelian (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardag Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
- Yusuf Andrian, *Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Racek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)*