

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Oleh karena itu, setiap manusia tidak bisa lepas dari kebutuhan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan hidup manusia meliputi kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan wanita sedikit berbeda dengan kebutuhan laki-laki, menurut wanita penampilan itu penting, bukan berarti bagi laki-laki penampilan itu tidak penting. Akan tetapi dilihat secara alamiah memang wanita ingin selalu tampil cantik, menarik disetiap kesempatan. Selain kebutuhan makan, minum dan *fashion*, kosmetik juga merupakan kebutuhan primer bagi wanita, lebih tepatnya setelah makan dan minum.¹

Kosmetik sudah dikenal pada zaman Mesir Kuno yang menggunakan minyak zaitun sebagai pengganti balsem, menggunakan lilin lebah sebagai penggunaan krim kulit, dan pada zaman Romawi minyak zaitun dan air mawar juga digunakan.² Hingga saat ini kosmetik sangat menyebar ke seluruh dunia. Karena produk kecantikan atau kosmetik memiliki manfaat yang baik untuk kulit, yaitu membuat kulit sehat terlindungi atau mempertahankan, bahkan

¹ Jesslyn dan Eko Harry Susanto, "Analisis Penggunaan Label Halal Pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat," *Prologia*., Vol. 2, No. 2, Desember 2018, 387.

² Ika Luqyana, "Pengaruh Label Halal dan *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Safi", Diktat Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 1.

meningkatkan kesehatan kulit dan berbagai fungsi lainnya. Dengan demikian, kesadaran masyarakat akan perawatan dan kecantikan tubuh sangat mendorong adanya pasar kosmetik di Negara kita.³

Seseorang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan, menginginkan kepuasan tertinggi terhadap suatu produk tersebut. Yang mana kepuasan itu adalah tingkat perasaan senang maupun kecewa seseorang yang dirasakan setelah membandingkan hasil produk dengan harapan.⁴

Kepuasan itu muncul disebabkan karena beberapa faktor, dan faktor-faktor yang menciptakan kepuasan bagi setiap orang itu berbeda-beda, adapun faktor yang sering ditemui yaitu *brand* (merek), harga dan kinerja perusahaan yang meliputi kualitas pelayanan (pengiriman cepat, ketersediaan barang yang mudah ditemui) serta kualitas produk.⁵ Oleh sebab itu, seseorang akan menentukan pilihan pada produk yang menurutnya memberikan kepuasan tersendiri.

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yaitu 88%⁶ dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 267.272 juta jiwa pada tahun 2019, dan diperkirakan pada tahun 2020 akan meningkat menjadi

³ Jesslyn dan Eko Harry Susanto, "Analisis Penggunaan Label Halal Pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat," *Prologia*., Vol. 2, No. 2, Desember 2018, 387.

⁴ Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 52.

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 140.

⁶ Reni Susanti, "Indonesia Menuju Kiblat Fesyen Muslim Dunia 2020", dalam <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/09/15/200000320/indonesia-menuju-kiblat-fesyen-muslim-dunia-2020-?page=all>, diakses tanggal 31 Januari 2020.

271.066.000 jiwa.⁷ Dalam agama Islam mengonsumsi produk halal adalah bagian dari kewajiban. Konsumen muslim sangat membutuhkan keterangan halal untuk dikonsumsi karena halal sudah pasti baik, *higienis*, aman.⁸ Keterangan pada produk berupa label halal yang disertifikasi oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).⁹ Apalagi sekarang banyak kosmetik *ilegal* yang beredar dipasaran yang tentunya tidak bersertifikasi halal. Oleh karena itu, kesadaran wanita akan kosmetik bersertifikasi halal dan aman untuk kulit sangat meningkat. Kesadaran masyarakat akan adanya sertifikasi halal nyatanya cukup berpengaruh dengan banyak hal, salah satu diantaranya adalah loyalitas konsumen, hal ini terlihat dari hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Mela Ashari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun” menjelaskan bahwasannya sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk farmasi karena sertifikasi halal memberikan kontribusi cukup besar

⁷ Serafica Gischa, “Jumlah Penduduk Indonesia 2020”, dalam <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/skola/read/2020/01/08/060000069/jumlah-penduduk-indonesia-2020>, diakses tanggal 31 Januari 2020.

⁸ Agung Sasongko, “Produk Halal Penting Bagi Umat Islam”, dalam <http://m.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/18/10/14pgigmn313-produk-halal-penting-bagi-umat-islam>, diakses tanggal 9 November 2019.

⁹ Panji Adam Agus Putra, “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam”, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah.*, Vol. 1, No. 1, Januari 2017, 152.

dan menjadikan sertifikasi halal sebagai pertimbangan konsumen dalam melakukan loyalitas terhadap suatu produk kosmetik.¹⁰

Dengan demikian, hal tersebut dapat menjadikan peluang besar bagi produsen kosmetik untuk menciptakan produk kosmetik bersertifikasi halal dan menjadikan masyarakat muslim sebagai pangsa pasar mereka. Industri halal memang benar-benar terjamin, jaminan produk kehalalan meliputi penyediaan bahan, pengelolaan, *packaging*, penyimpanan, penyajian, pendistribusian, dan penjualan produk.¹¹

Tidak hanya sertifikasi halal saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk kosmetik, *brand* juga menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih produk kosmetik, yang mana *brand* yang baik itu memiliki citra yang baik, dengan seperti itu maka kemungkinan besar pelanggan akan loyal terhadap produk yang memiliki citra yang baik.¹² Hal ini juga terbukti dalam beberapa penelitian sebelumnya, salah satunya yaitu penelitian berupa jurnal dari Program Studi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan judul “analisis pengaruh citra merek, label halal dan iklan terhadap loyalitas pelanggan produk kosmetik herbal moreskin di Sragen” penelitian ini menjelaskan bahwasannya citra merek (*brand*)

¹⁰ Mela Ashari, “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari kabupaten Madiun” Diklat Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 72.

¹¹ Panji Adam Agus Putra, “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam”, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah.*, Vol. 1, No. 1, Januari 2017, 159.

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi, 2002), 461.

berpengaruh positif dan tingkat signifikannya cukup tinggi terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik herbal moreskin.¹³ Ada juga penelitian yang membahas *brand* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yaitu penelitian berupa jurnal dari Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa Padang dengan judul “Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Keputusan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (studi Kasus di PT.Unilever Cabang Padang)”, penelitian ini menunjukkan bahwasannya citra merek (*brand*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan produk Vaseline Hand and Body Lotion di kota Padang. Menurut penelitian ini, konsumen sangat puas dengan citra merek (*brand*) Vaseline Hand and Body lotion, mereka berasumsi bahwasannya produk yang terkenal pasti aman dan baik sehingga *brand* yang baik memberikan kontribusi besar terhadap loyalitas konsumen.¹⁴

Selain itu yang tidak kalah penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih suatu produk yaitu kualitas produk, dengan memilih kualitas produk yang bagus maka hal tersebut dapat menciptakan kepuasan tersendiri sehingga akan melakukan pembelian secara berulang-ulang atau loyalitas terhadap suatu produk tersebut yang memberikan kualitas produk

¹³ Tri Handayani, Y.Djoko Suseno dan Erni Widajanti, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Label Halal dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Herbal Moreskin di Sragen”, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 13, No. 1, Juni 2019, 102.

¹⁴ Nila Kasuma Dewi, Gus Andri dan Sepris Yonaldi, “Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Keputusan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT.Unilever Cabang Padang)”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No.2, Mei 2012, 24.

yang baik. Jadi meskipun *brand*-nya bagus akan tetapi kualitas produknya kurang bagus maka konsumen akan berfikir berulang-ulang atau bahkan tidak memilih produk tersebut. Nah, ini juga terbukti dari beberapa penelitian sebelumnya salah satunya yaitu penelitian berupa jurnal dari Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado” penelitian ini menjelaskan bahwasannya kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan memperoleh kualitas yang bagus maka tingkat kepuasan itu muncul.¹⁵ Oleh karena itu, hal ini menarik sehingga menjadikan sertifikasi halal, *brand*, dan kualitas produk menjadi variabel dalam penelitian ini untuk melihat apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh atau tidak terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik safi yang merupakan produk kosmetik halal berasal dari Malaysia, yang menjadi halal top *brand* nomor satu di Malaysia, yang diproduksi sejak tahun 1984 atau lebih dari 30 tahun. Safi kini telah hadir di Indonesia sejak tanggal 23 Februari 2018, dan di *launching*-kan tanggal 28 Maret sampai 1 April 2019 di Mal Kota Kasablanka Jakarta Selatan.¹⁶

Safi dikembangkan di Safi *Research Institute* yang merupakan lembaga penelitian perawatan kulit pertama dan terbesar, fasilitas penelitian

¹⁵ Riska Asnawi Nyonyie, J.A.F. Kalangi dan Kucky F. Tamengkel, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 3, 2019, 23.

¹⁶ www.safiindonesia.com, diakses tanggal 19 Desember 2019.

ini berlokasi di Subang, Malaysia. Produk safi halal dari berbagai aspek mulai dari proses produksi hingga distribusi produk, aman dan kualitas terjamin. Produk ini diteliti lebih dari 100 Ilmuan yang berinteraksi dengan wanita muslimah Indonesia untuk memenuhi kebutuhan wanita Indonesia sehingga produk safi tidak diragukan lagi yaitu halal, natural, kualitas tinggi, dan teruji.¹⁷ Safi tidak sama sekali menggunakan bahan-bahan dari unsur binatang, dan juga bebas dari alkohol dan gelatin.¹⁸

Cara safi tetap menjaga kehalalannya yaitu sebelum produk safi *launching* di Indonesia, selama dua tahun safi melakukan proses untuk mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Menurut Marketing Manager Skincare Business Unit Wipro Unza Indonesia Diana Susiany di Jakarta mengatakan bahwasannya sebenarnya bisa saja safi diluncurkan dengan sertifikat halal dari Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), akan tetapi konsumen Indonesia akan lebih nyaman dengan label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹⁹

Hal ini terbukti dalam beberapa penelitian sebelumnya, salah satunya yaitu penelitian dari Jesslyn dan Eko Harry Susanto yang membahas tentang “Analisis Penggunaan Label Halal Pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat”, penelitian ini memaparkan bahwasannya

¹⁷ Annisa Nurfitriyani, “Mikili Sertifikat Halal, Safi Masuk Pasar Indonesia”, dalam <https://m.wartaekonomi.co.id/berita175619/miliki-sertifikat-halal-safi-masuk-pasar-indonesia>, diakses tanggal 10 Februari 2020.

¹⁸ www.safiindonesia.com, diakses tanggal 19 Desember 2019.

¹⁹ Adysha Citra Ramadani, “Cara Safi Jaga Kehalalan Produk”, dalam <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/q1m72m328>, diakses tanggal 10 Februari 2020.

produk safi adalah produk yang tidak sama sekali menggunakan bahan-bahan dari unsur binatang, dan juga bebas dari alkohol dan gelatin sehingga produk ini benar-benar halal, aman, kualitas terjamin. Dengan Safi *Research Institute* membuktikan bahwasannya perempuan Jakarta percaya terhadap produk kecantikan ini karena teruji memiliki kandungan yang aman dan kualitas terjamin sehingga membuat mereka memilih produk kecantikan safi dan produk ini mereka gunakan sehari-hari.²⁰

Meskipun terbilang safi ini baru masuk di Indonseia, akan tetapi safi telah menjadi top dua player dalam bidang kecantikan dan kesehatan di Indonesia.²¹ Oleh Karena itu, banyak konsumen yang menggunakan kosmetik safi sehingga terbukti penjualan produk safi melonjak tinggi mencapai index 481 di bulan Juni atau bisa dikatakan lima kali lipat sejak safi *launching* di Indonesia pada bulan Maret 2018. Penjualan yang berkontribusi terbesar pertama yaitu skincare safi white expert sebesar 54% dari total penjualan, kemudian yang kedua yaitu skincare safi age defy dengan berkontribusi sebesar 42% dan yang ketiga yaitu skincare safi white natural sebesar 4%.²²

Dalam penelitian ini mengambil studi kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik, karena kedua

²⁰ Jesslyn dan Eko Harry Susanto, "Analisis Penggunaan Label Halal Pada Produk Kecantikan Brand Safi dalam Menarik Minat Beli Masyarakat," *Prologia*., Vol. 2, No. 2, Desember 2018, 390.

²¹ Adysha Citra Ramadani, "Perawatan Kulit Halal Semakin Diminati", dalam <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/q1m6i5328>, diakses tanggal 25 Februari 2020.

²² www.safiindonesia.com, diakses tanggal 19 Desember 2019.

fakultas tersebut sama-sama mengajarkan mata kuliah yang membahas tentang kewajiban dan pentingnya mengkonsumsi produk halal dan dengan pengetahuan mereka apakah Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik benar-benar mengimplementasikannya, barang yang dikonsumsi apakah halal atau tidak khususnya dalam segi kosmetik. Dan tidak sedikit dari mahasiswi dua perguruan tinggi tersebut yang menggunakan kosmetik safi, mereka melakukan pembelian secara berulang-ulang, membeli produknya banyak, tidak sensitif terhadap harga, merekomendasikan produk safi ke konsumen lain, tidak terpengaruh dengan promosi dari produk lain. Apa yang mempengaruhi mahasiswi tersebut dan apa yang menjadi faktor dominan sehingga loyal terhadap kosmetik safi? Apakah dipengaruhi oleh sertifikasi halal, *brand*, kualitas produk atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik)”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini mengacu pada uraian latar belakang seperti yang telah diuraikan diatas, yaitu:

1. Bagaimana Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) Secara Simultan?
2. Bagaimana Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) Secara Parsial?
3. Variabel X (Sertifikasi Halal, *Brand* Dan Kualitas Produk) Manakah Yang Lebih Dominan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) Secara Simultan.

2. Mengidentifikasi Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) Secara Parsial.
3. Mengidentifikasi Variabel X (Sertifikasi Halal, *Brand* Dan Kualitas Produk) Manakah Yang Lebih Dominan berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik).

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini dapat diklarifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Bagi akademis antara lain:
 - a. Dengan pengetahuan mereka tentang kewajiban dan pentingnya mengkonsumsi produk halal, khususnya yang belum mengkonsumsi produk halal dalam konteks kosmetik maka penelitian ini menjadikan motivasi dan kesadaran sehingga mempengaruhi tindakan sosial mereka untuk memilih produk kosmetik bersertifikasi halal.

- b. Memberikan informasi-informasi mengenai produk kosmetik bersertifikasi halal.
 - c. Menambah wawasan dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait pengaruh sertifikasi halal, *brand* dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik safi dan dapat digunakan sebagai rujukan lanjutan, baik dalam kajian pustaka maupun penelitian.
2. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan, wawasan tentang pengaruh sertifikasi halal, *brand* dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik safi. Serta menjadikan motivasi bagi peneliti untuk semakin semangat dalam melakukan penulisan dan memperkaya karyanya dalam kepenulisan.
 3. Bagi universitas, dengan adanya penelitian ini peneliti berharap penelitian ini dapat menambah literatur dan referensi keilmuan dan informasi bagi sivitas akademika yang lainnya mengenai pengaruh sertifikasi halal, *brand* dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk kosmetik safi.

E. Kajian Pustaka

1. Jurnal, Mela Ashari dengan judul *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari kabupaten Madiun*, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X1) secara parsial

menunjukkan $\text{sig.} 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk variabel sertifikasi halal (X_2) memiliki $\text{sig.} 0,004 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel sertifikasi halal (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa $\text{sig.} 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari kabupaten Madiun. Analisis koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukka bahwa nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,542 yang berarti menunjukkan bahwa kemampuan variabel pengetahuan produk dan sertifikasi halal mampu menerangkan variasi dari variabel keputusan pembelian sebesar 54,2% Sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada variasi variabel independen, variasi variabel dependen, jumlah variabel independen dan objek penelitian. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari kabupaten Madiun.

2. Jurnal, Nila Kasuma Dewi, Gus Andri dan Sepris Yonaldi dengan judul *Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang)*, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel iklan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y). Variabel citra merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y), begitu pula variabel kepuasan konsumen (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) pada produk Vaseline hand and body lotion di kota padang. Variabel iklan, citra merek dan kepuasan konsumen secara simultan (Uji F) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan *Vaseline Hand and Body Lotion* di Kota Padang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada variasi variabel independen dan objek penelitian. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang).

3. Jurnal, Riska Asnawi Nyonyie J.A.F. Kalangi dan Lucky F. Tamengkel dengan judul *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado*, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 15,740 > t_{tabel} = 1,986$, maka H_0 diolak dan H_a diterima, artinya kualitas produk (X) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. Selain itu, mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat diarik kesimpulan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada jumlah variabel independen dan objek penelitian. Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (studi kasus Mahasiswi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi dasar-dasar untuk melakukan penelitian yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian, diantaranya adalah teori yang membahas tentang kosmetik, sertifikasi halal, *brand*, kualitas produk, dan loyalitas konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian. Diantaranya adalah jenis penelitian, obyek dalam penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan inti dari penelitian, bab ini akan menjelaskan bagaimana Pengaruh Sertifikasi Halal, *Brand* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Safi (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas

Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik) Secara simultan dan parsial dan manakah diantara variabel X tersebut yang pengaruhnya lebih dominan terhadap loyalitas konsumen.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran, yang mana kesimpulan merupakan hasil dari analisa yang didasari dengan penelitian. Sedangkan saran-saran yang bertujuan bagi peneliti selanjutnya yang mengambil variabel maupun obyek yang serupa dengan penelitian ini.