

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia banyak sekali minat masyarakat terhadap kosmetik atau produk kecantikan yang sangat populer terutama dikalangan wanita. Permintaan pasar semakin bertumbuh dan teknologi maju membuat industri kosmetik atau kecantikan menjadi kebutuhan masyarakat terutama bagi wanita yang agresif dalam perawatan tubuh, dan menjadikannya suatu keharusan dasar. Fenomena ini terlihat pada banyak produk kosmetik buatan Indonesia maupun luar negeri. Semakin besar keinginan konsumen untuk tetap tampil cantik melalui *skin care*, perawatan tubuh yang lebih baik dan menjaga penampilan mereka saat ini memberikan peluang yang sangat cepat dalam industri kecantikan.

Mereka ingin memiliki kulit wajah yang sehat dan terhindar dari berbagai permasalahan kulit wajah mulai dari jerawat, komedo, kulit berminyak, kusam dan lain-lain. Oleh karena itu mereka melakukan segala cara agar terlihat sempurna dihadapan semua orang. Apalagi jika sudah memasuki dunia kerja. Mereka dituntut harus berpenampilan menarik ketika bekerja di perusahaan yang cukup besar. Hal tersebut memberikan kesadaran diri kepada wanita, bahwa penampilan wajah adalah prioritas utama yang harus diperhatikan. Salah satu cara untuk menjaga kulit wajah yaitu dengan menggunakan kosmetik yang akan membuat seorang wanita tampil cantik dan percaya diri. Kondisi ini dapat mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk kosmetik meningkat. Sehingga perusahaan di bidang industri kecantikan dituntut untuk melakukan inovasi karena banyaknya produk sejenis bermunculan.

Azarine adalah brand yang didirikan oleh PT Wahana Kosmetika Indonesia. Azarine sendiri banyak mengeluarkan produk seperti Azarine spa dan kosmetik serta skincare. Namun produk Azarine yang paling best seller adalah produk sunscreennya, karena telah terjual lebih dari 10 juta pcs diseluruh Indonesia. Produk sunscreen Azarine memberikan banyak penawaran terhadap kandungan protector bahaya sinar UV dengan SPF 35 PA+++, SPF 45 PA+++ dan SPF 50 PA+++ yang cukup untuk melindungi kulit dari paparan sinar matahari yang dapat digunakan untuk segala jenis kulit.

Gambar 1.1
Sunscreen Azarine



Sumber : <https://shopee.co.id/>

Produk Azarine telah meraih berbagai award di tahun 2021 berturut-turut : Shopee “Top Favorite Local Brand”, Tokopedia “Best Growing Brand dan Best Sun Care”, Lazada “Seller Brand Pertumbuhan Tertinggi”, dan menjadi peringkat pertama “Best Face Sun Protection” di Female Daily Award. Hal ini menunjukkan bahwa Azarine telah meningkatkan eksistensinya diantara produk sejenis yang juga menawarkan produk sunscreen.

Dilansir dari situs resmi [azarine cosmetic.com](http://azarinecosmetic.com) azarine merupakan merek lokal Indonesia yang mengkhususkan diri pada perawatan kulit dan tubuh. Merek ini didirikan pada tahun 2002 yang sekarang dijalankan oleh Brian Tjahyanto dan adiknya Cella Vanessa. Selain itu, yang membuat azarine menawarkan solusi yang diperlukan untuk menjaga kesehatan kulit kita, dan berpendapat bahwa kulit yang sehat adalah cerminan utama dari kesehatan tubuh secara keseluruhan.

Perhatian terhadap kualitas merupakan pilihan alternatif dalam menumbuhkan minat beli konsumen (Priansa, 2017). Kotler (2010:27) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (precision) produk, mudah mengeporasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai (Oentoro, 2012). Sementara itu menurut (Kotler, 2005) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.

Produk *skin care* dan juga kualitasnya dapat mempengaruhi konsumen terhadap minat beli. Menurut Ferdinand (2014:189) Minat beli merupakan minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus

terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat dan pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengaktualisasi apa yang ada dalam benaknya tersebut. Minat beli seseorang meningkat sebagai akibat dari faktor-faktor seperti stimulasi (sesuatu yang mendorong suatu tindakan atau meyakinkan seseorang untuk membeli), kesadaran (hal yang dapat masuk ke gagasan seseorang dan umumnya terjadi karena produk dan jasa yang bersangkutan), pencarian informasi yang dimotivasi oleh karakter pemakai yang unik, pemilihan alternatif informasi tentang produk yang diinginkan, serta tempat pembelian yang harus diperhatikan saat membeli barang tersebut (Priansa, 2017).

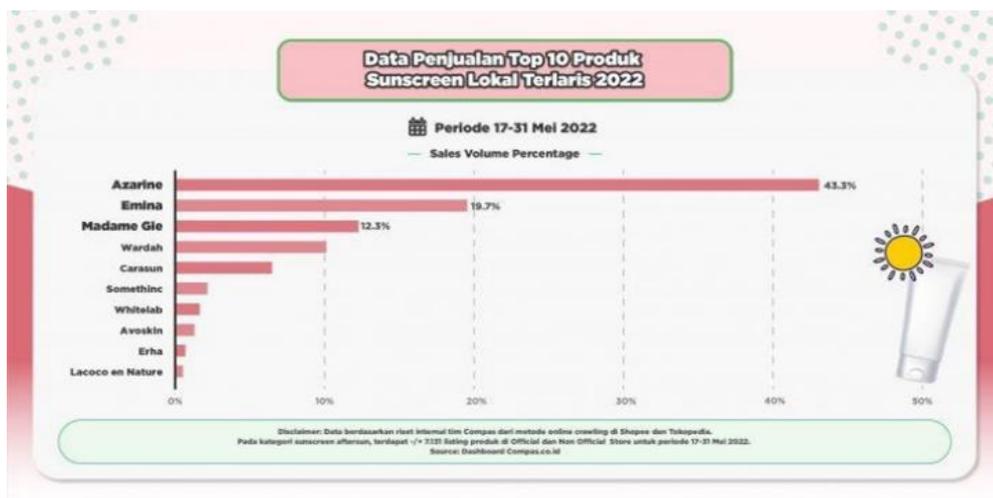
Negara Indonesia merupakan negara tropis dengan intensitas matahari serta indeks UV yang tinggi. Dimana sinar matahari merupakan sumber energi yang memiliki banyak manfaat bagi manusia, diantaranya mensintesa vitamin D dan juga berfungsi untuk membunuh bakteri, namun disamping manfaat tersebut sinar matahari memiliki sinar yang dikenal dengan sinar ultra violet yang dapat menimbulkan dampak buruk pada kulit manusia apabila terpapar sinar ultraviolet terlalu lama. Berikut tiga jenis sinar UV beserta dampak buruknya : sinar UV A dapat menyebabkan penuaan dan kerutan pada kulit, sinar UV B dapat menyebabkan kesan terbakar (iritasi) pada kulit, sinar UV C dapat memicu tumbuhnya sel kanker dan kulit kehilangan elastisitasnya.

Maka karena adanya dampak buruk dari sinar UV terhadap kulit manusia dibutuhkan perlindungan guna mencegah dampak buruk dari sinar UV tersebut, salah satunya dengan menggunakan Sunscreen atau tabir surya yang dapat melindungi kulit terhadap radiasi UV karena dengan menggunakan sunscreen dapat

mencegah hingga 98% dampak buruk dari sinar UV bagi kulit. Pada penelitian ini penulis fokus membahas produk sunscreen. Melihat kebutuhan masyarakat Indonesia akan produk sunscreen, banyak perusahaan yang bergerak di bidang skincare, body care dan kosmetik di Indonesia yang gencar untuk menciptakan dan memproduksi sunscreen, dibuktikan dengan banyaknya merek dagang untuk produk sunscreen seperti : Azarine, Loreal, Nivea, Banana Boat dan lainnya. Dari sekian banyaknya merek dagang sunscreen, produk sunscreen Azarine merupakan salah satu produk yang paling banyak diminati dan dibeli oleh masyarakat serta produk terlaris dan Top Brand di Indonesia data dapat dilihat pada gambar 1.1

Gambar 1.2

Data Penjualan Top 10 Produk Sunscreen Lokal Terlaris 2022



Sumber: <https://kompas.co.id/article/10-top-brand-sunscreen-lokal-terlaris-2022/>

Berdasarkan data diatas periode 17-31 Mei tahun 2022 sales volume percentage, Azarine Cosmetic berada di posisi pertama produk sunscreen lokal terlaris dengan penjualan tembus mencapai 43,3%. Salah satu produk Azarine Cosmetic yang *hits* yakni Azarine *Hydrasoothe Sunscreen Gel* SPF 45. Kemudian di posisi ke dua ada Emina dengan penjualan mencapai angka 19,7%, dan di posisi

ke tiga Madame Gie sebesar 12,3%, posisi ke empat Wardah 10%, Carasun di posisi ke lima, Somethinc di posisi ke enam, Whitelab berada di posisi ke tujuh, Avoskin di posisi ke delapan, Erha di posisi sembilan, dan Lacoco en Nature berada di posisi ke sepuluh.

Melihat dari data penjualan di atas, Azarine menjadi brand lokal sunscreen dengan penjualan terbanyak yaitu 43,3% pada tahun 2022 hingga saat ini. Azarine merupakan salah satu brand *skin care* dan *body care* lokal yang memiliki komitmen untuk menggunakan bahan-bahan natural yang aman bagi kesehatan kulit setiap perempuan. Selain berbahan dasar herbal, produk Azarine juga telah terdaftar di BPOM dan aman digunakan di kulit sehingga konsumen berminat untuk membeli produk tersebut.

Selain unggul dari kandungan produk, *sunscreen* Azarine juga menawarkan produknya kepada konsumen dengan harga yang lebih terjangkau, juga memberikan kemudahan kepada konsumennya dalam memperoleh produk *sunscreen* Azarine, dimana konsumen dapat membelinya ditoko online *official store* dan tersedia di toko *offline* seperti Alfamart, Indomaret, Guardian, dan pada toko ritel. Karena beberapa keunggulan dan kemudahan dalam memperoleh produk *sunscreen* Azarine, hal ini yang menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk membeli kembali produk *sunscreen* Azarine dan dikarenakan banyaknya pengguna *sunscreen* di Indonesia, peneliti memilih wilayah penelitian yaitu Hijrah Store di Kota Lhokseumawe.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, peneliti menemukan adanya peningkatan minat konsumen pada produk *sunscreen* Azarine di toko Hijrah Store. Konsumen memberikan umpan balik positif mengenai perubahan kualitas

pada kemasan sunscreen Azarine yang lama dengan kemasan yang baru. Konsumen mengapresiasi kemasan baru yang lebih praktis dan menarik secara visual. Selain itu, kualitas produk sunscreen dengan kemasan baru dianggap lebih efektif dan sesuai dengan kondisi kulit mereka, berbeda dengan persepsi awal yang dirasakan pada kemasan lama. Umpan balik positif ini menunjukkan bahwa Azarine berhasil menarik kembali minat beli konsumen melalui inovasi produk dan kemasan yang lebih baik. Peningkatan kualitas produk sunscreen Azarine telah berhasil memikat konsumen untuk tetap setia pada produk ini dan mengurangi ketertarikan mereka pada produk sunscreen Azarine dari pesaing. Hal ini mendorong Azarine untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memastikan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Sebagai data pendukung, peneliti melakukan survei pra penelitian terhadap 30 orang konsumen yang berada di Lhokseumawe. Berikut hasil survei pra penelitian dibawah ini:

Tabel 1.1
Hasil survei Pra Penelitian

Pertanyaan	Ya		Tidak		Jumlah	
	F	(%)	F	(%)	F	(%)
Apakah anda pernah membeli <i>sunscreen</i> Azarine di Hijrah Store Kota Lhokseumawe?	23	76,7	7	23,3	30	100
Apakah anda pernah menggunakan <i>sunscreen</i> Azarine?	24	80	6	20	30	100
Apakah kualitas dari <i>sunscreen</i> Azarine sesuai dengan keinginan anda?	20	66,7	10	33,3	30	100
Apakah dengan kualitas yang ditawarkan <i>sunscreen</i> Azarine membuat anda tertarik untuk membelinya	21	70	9	30	30	100

Sumber: kuesioner survei pra penelitian (2023)

Berdasarkan hasil survei pra penelitian di atas yang dilakukan kepada 30 responden di toko Hijrah Store Kota Lhokseumawe dengan 4 item pertanyaan yang dipaparkan. Sebagian besar diantaranya adalah pengguna sunscreen azarine dan melakukan pembelian di toko Hijrah Store. Banyak konsumen yang setuju bahwa kualitas dari sunscreen Azarine sesuai dengan keinginan konsumen. Kualitas yang ditawarkan dari sunscreen azarine ini sangat cocok untuk semua jenis kulit dan tidak mengandung alhohol sehingga membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Tetapi sebagian dari mereka memberi tanggapan bahwa kualitas dari sunscreen ini tidak sesuai dengan keinginan mereka sehingga mereka tidak tertarik untuk membelinya karena ada beberapa yang tidak cocok dengan jenis kulit mereka. Berdasarkan paparan diatas peneliti tertarik untuk mendalami tentang kualitas produk guna untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada toko Hijrah Store Kota Lhokseumawe.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dideskripsikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen produk *Sunscreen Azarine* Pada Toko Hijrah Store Di Kota Lhokseumawe.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen produk *sunscreen Azarine* pada toko Hijrah Store di Kota Lhokseumawe

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait dengan pembahasan pada penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan, acuan serta rujukan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk *sunscreen* Azarine.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Konsumen

Diharapkan dapat dijadikan informasi serta pengetahuan bagi konsumen tentang pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk *sunscreen* Azarine.

- b. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk *sunscreen* Azarine.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, referensi, atau masukan umumnya mengenai kualitas produk yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk *sunscreen* Azarine yang di bahas dalam penelitian ini.