BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang begitu sangat pesat, banyak industri yang berdiri menciptakan produk yang sama. Salah satunya adalah industri kecantikan wanita telah menjadi salah satu industri terbesar dengan pertumbuhan tercepat di dunia.

Saat ini industri kecantikan semakin berkembang dan dipercayai oleh masyarakat. (Aditya, 2022) sehingga berbagai produk kecantikan bersaing untuk merilis produk terbaik mereka demi menarik minat konsumen. Produk kecantikan bukan hanya di gunakan oleh kalangan wanita saja, namun juga banyak kaum pria yang menyukai produk kecantikan dengan adanya kesadaran pentingnya akan merawat kulit wajah, dengan perubahan pola hidup masyarakat dan tren yang sering bermuculan.

Masyarakat saat ini menganggap kecantikan fisik adalah sesuatu yang sangat penting. Penampilan fisik seringkali dianggap berpengaruh terhadap persepsi sosial dan kepercayaan diri seseorang. Melihat keadaan saat ini, hal tersebut merupakan sesuatu memang terjadi di kenyataan. Maka dari itu banyak orang berlomba untuk menjadi cantik dengan merawat wajah maupun tubuh sebaik mungkin dengan menggunakan beberapa produk kecantikan baik lokal maupun internasional. Hal ini menyebabkan permintaan terkait produk kecantikan semakin tinggi sehingga bisnis kecantikan juga ikut bertambah seiring meningkatnya permintaan konsumen.

Salah satu fenomena penting yang muncul adalah meningkatnya penggunaan produk perawatan kulit dikalangan masyarakat Indonesia, ditengah kondisi iklim tropis dengan paparan sinar matahari yang tinggi. *Sunscreen* menjadi semakin krusial sebagai pelindung kulit wajah dari buruknya paparan sinar matahari. Kesadaran akan pentingnya penggunaan *Sunscreen* semakin meluas seiring dengan meningkatnya edukasi melalui media sosial oleh para

beauty influence, dermatolog hingga *Brand-Brand* lokal yang aktif dalam kampanye pemasaran digital. Produk *Sunscreen* kini tidak hanya digunakan oleh kalangan atas, tetapi juga telah menjangkau remaja, mahasiswa, hingga masyarakat umum diberbagai daerah termasuk di Kecamatan Bengkalis

Kecamatan Bengkalis yang terletak di Provinsi Riau adalah salah satu wilayah di Indonesia yang saat ini sedang mengalami peningkatan kesadaran akan pentingnya perawatan kulit. Di Bengkalis minat terhadap produk perawatan kulit termasuk *Sunscreen* kulit wajah semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pengetahuan tentang kesehatan kulit dan wajah serta meningkatnya daya beli masyarakat. Di Bengkalis saat ini perawatan kulit dan wajah sudah menjadi tren yang di gemari oleh kaum wanita dan pria. Semakin banyak orang yang menyadari akan pentingnya merawat kulit wajah dan menjaga kesehatan wajah

Salah satu produk kecantikan yang banyak diminati oleh masyarakat adalah *Sunscreen*. *Sunscreen* kulit wajah sering menjadi salah satu produk kecantikan perawatan kulit yang sedang ramai bahkan sempat viral di platform tiktok. Hal ini dikarenakan *Sunscreen* memiliki banyak manfaat yang bisa mengatasi masalah kulit kebanyakan orang Indonesia.

Sunscreen Azarine merupakan produk lokal yang diproduksi oleh PT Wahana Kosmetika Indonesia dan mulai dikenal luas sejak diluncurkan pada tahun 2020. Meskipun tergolong produk baru, Azarine mampu mencuri perhatian publik karena kualitasnya yang baik, teksturnya yang ringan seperti gel, tidak meninggalkan *whitecast*, cocok untuk semua jenis kulit, serta memiliki harga yang terjangkau. Produk ini juga mendapat popularitas tinggi karena berhasil memenangkan berbagai penghargaan nasional seperti *Brand Choice award* dan *beauty award* selama berturut-turut pada tahun 2021 hingga tahun 2024.

Keputusan pembelian untuk menetapkan keputusan yang paling penting yang harus diambil oleh konsumen setelah mempertimbangkan beberapa faktor terkait produk atau layanan yang ingin di beli. Keputusan pembelian konsumen adalah mengenai bagaimana pemasar memenuhi tujuan mereka dengan menjual produk kepada konsumen. Keputusan pembelian konsumen bermula dari pemahaman terhadap cara memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka serta

kesadaran terhadap masalah lain yang ada. Kemudian konsumen akan melewati beberapa langkah dan sampai pada tahap evaluasi setelah melakukan pembelian. Penting untuk memahami proses pengambilan keputusan sebagai bagian dari perilaku konsumen agar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Sunscreen Azarine adalah salah satu merek kosmetik lokal yang sangat populer di Indonesia, terutama dikalangan remaja. Merek ini telah berkembang menjadi produk kosmetik yang berkualitas tinggi, inovatif, dan sesuai dengan gaya hidup generasi milineal. Azarine telah berhasil membangun reputasi merek yang kuat di pasar kosmetik Indonesia sejak peluncurannya pada 2019. Produk Azarine dikenal karena kualitasnya yang tinggi, desainnya yang menarik, dan nilai mereknya yang sesuai dengan preferensi pelanggan muda. Strategi *Branding* yang efektif adalah komponen penting dalam kesuksesan Azarine. Perusahaan selalu melakukan kampanye pemasaran yang menekankan produknya yang unik dan berkualitas tinggi, serta hubungannya dengan aspirasi dan gaya hidup generasi milenial. Aktivasi merek dan penggunaan influencer di media sosial membantu Azarine membangun kedekatan dengan pelanggan.

Sunscreen Azarine telah menjadi merek perawatan kulit yang terkenal, terutama dikalangan wanita dengan menggunakan bahan-bahan alami dan berkualitas, produk Azarine memiliki banyak penggemar dikalangan wanita yang memperhatikan kesehatan dan keamanan kulitnya. Menggunakan produk Azarine telah menjadi bagian dari tren kecantikan halal yang semakin populer dikalangan wanita. Penggunaan produk Azarine tidak hanya berkaitan dengan keindahan, tetapi juga hubungannya dengan agama. Masyarakat baik wanita maupun Pria menggunakan produk tersebut telah disertifikasi halal oleh Badan pengawas obat dan makanan (BPOM) dan lembaga MUI.

Keputusan pembelian untuk menetapkan keputusan yang paling penting yang harus diambil oleh konsumen setelah mempertimbangkan beberapa faktor terkait produk atau layanan yang ingin di beli. Keputusan pembelian konsumen adalah mengenai bagaimana pemasar memenuhi tujuan mereka dengan menjual produk kepada konsumen. Keputusan pembelian konsumen bermula dari

pemahaman terhadap cara memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka serta kesadaran terhadap masalah lain yang ada. Kemudian konsumen akan melewati beberapa langkah dan sampai pada tahap evaluasi setelah melakukan pembelian. Penting untuk memahami proses pengambilan keputusan sebagai bagian dari perilaku konsumen agar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian mengacu pada persepsi konsumen tentang merek dan produk tertentu. Citra merek yang kuat dapat menciptakan kepercayaan dan kesetiaan preferensi terhadap merek tersebut citra merek yang positif dapat dihasilkan melalui kualitas produk yang reputasi yang solid, testimoni pelanggan yang positif, dan pengalaman pengguna yang memuaskan. Oleh karena itu, analisis citra merek *Sunscreen Azarine* dapat membantu memahami sejauh mana citra merek tersebut mempengaruhi keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* di Bengkulu.

Pemilihan *Sunscreen Azarine* sebagai objek penelitian tidak terlepas dari fenomena ini. Di Kecamatan Bengkulu sendiri, kesadaran akan pentingnya perawatan kulit semakin meningkat terlihat dari bertambahnya pengguna produk skincare, khususnya *Sunscreen Azarine* ini menarik untuk diteliti karena mengingat produk *Sunscreen Azarine* bukanlah satu-satunya di pasaran, namun mampu mendominasi perhatian konsumen. Dalam konteks ini, citra merek memegang peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra merek yang kuat dapat menciptakan kepercayaan, kesetiaan dan persepsi positif yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk memilih suatu produk dibandingkan produk lain yang sejenis.

Berdasarkan pemaparan yang telah di uraikan di atas, Penulis begitu tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan “analisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* di Bengkulu”. Dengan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* di Bengkulu, saya berharap dapat memberikan pemahaman yang lebih baik preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi mereka . Hasil analisis ini dapat menjadi panduan berharga bagi *Sunscreen*

Azarine ini dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif di Bengkulu, Serta memberi wawasan bagi peneliti dan praktisi pemasaran lainnya dalam industri yang Serupa.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai citra merek produk *Sunscreen Azarine* ?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* ?
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Bedasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di paparkan, berikut adalah tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis tanggapan responden mengenai citra merek pada produk *Sunscreen Azarine*
2. Untuk menganalisis tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada produk *Sunscreen Azarine*
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* di Bengkulu

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Selain untuk memenuhi syarat jenjang pendidikan dengan penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran. Serta dapat mengasah kemampuan penulis untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.
2. Manfaat Penelitian Bagi Perusahaan/instansi

Semoga dengan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan acuan untuk sumbangan pemikiran bagi perusahaan, khususnya dalam pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* di Bengkulu.

3. Manfaat Penelitian Bagi Pihak Lain

Diharapkan dapat menambah referensi bagi pembaca dan menjadi sumber informasi yang dapat membantu atau menambah wawasan pembaca.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini dapat diuraikan mengenai latar belakang, Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdapat uraian mengenai penelitian terdahulu dan teori – teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian tugas akhir ini, khususnya yang berkaitan dengan analisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* di Bengkulu.

Bab 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan secara khusus mengenai tata cara penulisan yang dilakukan meliputi lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, metode analisis data dan jenis penelitian.

Bab 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian tugas akhir berisikan data yang mencakup antara lain: Untuk mengetahui analisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* di Bengkulu.

Bab 5: PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir, Dimana akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, Kemudian penulis juga akan memberikan saran-saran yang mungkin dapat membangun dan bermanfaat.