

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas produk menurut (Chong et al., 2021), terdiri dari berbagai fitur yang memenuhi keinginan pelanggan sehingga mereka merasa puas saat menggunakannya. Dalam industri ritel, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk. Penelitian yang sama juga mengamati pasar telepon seluler di Kanada, Singapura, dan Korea Selatan dan menemukan bahwa kepuasan pelanggan memengaruhi cara pelanggan memandang kinerja dan kualitas produk (Lamasi & Santoso, 2022).

Kosmetik dan produk kecantikan cukup populer di Indonesia, khususnya di kalangan wanita. Ada banyak minat masyarakat terhadap mereka. Industri kecantikan dan kosmetika merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat, khususnya bagi perempuan yang sibuk merawat tubuh, hal ini terlihat dari permintaan pasar yang terus meningkat dan didorong oleh kemajuan teknologi. Permasalahan ini menimpa beberapa produk kosmetik yang diproduksi secara lokal maupun di Indonesia. Para pemimpin perusahaan saat ini perlu berhati-hati dalam memberikan layanan berkualitas tinggi dan memproduksi barang-barang terbaik untuk disertakan dalam penawaran mereka. Selain itu, mereka perlu memberikan layanan pelanggan yang luar biasa agar bisnis dapat berkembang, mendapatkan pengakuan, dan menarik klien tambahan.

Sebagai seorang perempuan yang peduli akan kesehatan kulit, kita selalu

memperhatikan kualitas produk skincare yang digunakan, termasuk salah satunya sunscreen. Sunscreen menjadi bagian penting dalam rutinitas perawatan kulit, karena melindungi kulit dari bahaya sinar UV yang dapat menyebabkan kerusakan kulit dan penuaan dini. Keinginan pelanggan untuk mempertahankan penampilan mereka dan tetap menarik melalui praktik perawatan kulit yang lebih baik menciptakan lebih banyak peluang bagi bisnis kosmetik, kecantikan, atau perawatan kulit. Minat, permintaan, dan profitabilitas produk perawatan kulit sangat dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen terhadap produk kecantikan atau perawatan kulit.

Wardah adalah merek kosmetik halal asli Indonesia yang berdiri sejak 1995 di bawah PT. Paragon Technology and Innovation (PT. PTI). Didirikan oleh Nurhayati Subakat, Komisaris PT. PTI. Saat ini, wardah selalu mengutamakan kualitas untuk membantu perempuan tampil cantik sesuai karakternya. Wardah juga percaya bahwa kulit yang sehat mencerminkan kesehatan tubuh dan mereka menawarkan solusi untuk menjaga kulit kita agar tetap sehat.

Tabel 1.1 Jenis Sunscreen Wardah

No.	Nama Produk
1.	Wardah UV Shield Essential Sunscreen Gel SPF 30 PA+++
2.	Wardah UV Shield Aqua Fresh Essence SPF 50 PA++++
3.	Wardah UV Shield Active Protection Serum SPF 50 PA++++
4.	Wardah UV Shield Light Matte Sun Stick SPF 50 PA++++

Sumber : Wardah beauty, 2021

Dari Tabel 1.1. di atas wardah menawarkan empat varian sunscreen, yang telah disesuaikan dengan jenis kulit masing-masing. Karena Wardah memiliki keinginan untuk menyediakan solusi penting untuk menjaga kesehatan kulit.

Wardah menggunakan bahan alami berkualitas tinggi untuk produknya. Dengan cermat mempersiapkan komponen-komponen yang diperlukan untuk mengatasi masalah, memenuhi kebutuhan nutrisi kulit untuk kesehatan kulit, dan mengatasi berbagai masalah kulit.

Sebagai seorang mahasiswa, penulis memiliki pengalaman yang positif dengan penggunaan produk skincare wardah. Sebagai individu yang aktif dalam menjalani kehidupan kampus yang sibuk, penulis menyadari pentingnya merawat kulit dengan baik. Inilah mengapa penulis mencari produk skincare yang tidak hanya efektif tetapi juga cocok dengan kebutuhan kulit yang cenderung sensitif.

Latar belakang pengalaman baik penulis dengan produk skincare wardah dimulai ketika pertama kali mencoba rangkaian produk. Penulis menemukan bahwa formulanya lembut dan tidak menyebabkan iritasi pada kulit, yang sangat penting bagi penulis karena seringkali mengalami reaksi negatif terhadap produk skincare tertentu.

Selain itu, penulis juga menemukan bahwa produk wardah membantu mengatasi beberapa masalah kulit yang di alami, seperti kemerahan dan jerawat kecil. Penggunaan rutin produk-produk tersebut secara bertahap meningkatkan tekstur dan kelembapan kulit, membuatnya terlihat lebih sehat dan bercahaya.

Dengan pengalaman positif ini, penulis menjadi yakin pada produk skincare wardah. Penggunaan produk mereka telah membantu meningkatkan kepercayaan diri dan membuat penulis merasa lebih nyaman dengan penampilan kulit, yang tentunya merupakan hal yang penting dalam kehidupan mahasiswa yang aktif.

Brand image adalah menurut (Guha et al., 2021), persepsi orang terhadap suatu merek karena tercermin dari asosiasi merek yang ada atau tertanam dalam konsumen kenangan. Brand image sendiri adalah persepsi masyarakat terhadap brand tersebut meskipun mereka belum melihat produk-produk dari brand tersebut tetapi sudah tahu apakah brand tersebut memiliki kualitas yang baik atau buruk. Brand image adalah keyakinan, ide, atau kesan seseorang terhadap suatu merek. Itulah sebabnya merek sangat mempengaruhi konsumen, brand image sebagai seperangkat keyakinan, ide, kesan yang dimiliki seseorang terhadap sebuah merek yang dikutip dari (Lamasi & Santoso, 2022).

Brand image wardah juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian. Wardah dikenal sebagai merek yang mengutamakan kualitas dan keamanan produk, serta komitmen terhadap bahan-bahan alami, sehingga reputasi positif wardah sebagai merek skincare yang berkualitas tinggi dan terpercaya sangat mempengaruhi pilihannya. Semakin baik brand image yang melekat pada produk tersebut maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli, karena konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan citra merek yang sudah terpercaya lebih memberikan rasa aman ketika konsumen itu menggunakan produk yang akan dibeli.

Pengertian promosi menurut (Sri Wdyanti Hastuti & Anasrulloh, 2020), suatu kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, menginformasikan, dan mengingat kembali manfaat dari suatu produk untuk mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut, baik untuk pelanggan baru maupun lama. Promosi merupakan kegiatan yang menyampaikan, menyebarkan,

dan memberikan informasi untuk menarik dan menjual barang atau jasa kepada calon konsumen, dengan tujuan untuk memulai proses pembelian yang dikutip dari (Fernando & Simbolon, 2022). Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi sangat penting dilakukan dalam usaha merebut pangsa pasar yang semakin kompetitif dan kasus ini menunjukkan bahwa promosi dapat memengaruhi pilihan pelanggan untuk membeli barang tertentu.

Secara keseluruhan, kualitas produk yang tinggi, brand image yang kuat, dan promosi yang menjadikan sunscreen wardah sebagai pilihan utama dalam merawat kulit dari bahaya sinar UV. Yang membuat konsumen merasa yakin bahwa produk ini dapat memberikan perlindungan yang optimal sambil tetap memenuhi preferensi dan nilai-nilai personalnya (Wardahbeauty,2021).

Oleh sebab itu penelitian dilakukan hanya di Kecamatan Bengkong dan untuk meneliti mengenai *“Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sunscreen Wardah Di Kota Batam”*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah di Kota Batam.
2. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah di Kota Batam.
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah di Kota Batam

4. Apakah Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah di Kota Batam.

1.3 Batasan Masalah

1. Variabel yang di teliti hanya Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi pada keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah
2. Lokasi penelitian adalah Wardah Batam
3. Responden penelitian kepada konsumen Sunscreen Wardah di Batam

1.4 Tujuan Penelitian

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah
2. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah
4. Apakah Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah

1.5 Manfaat Penelitian

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah
2. Mengetahui pengaruh Brand Image terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah

3. Mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah
4. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi terhadap keputusan konsumen membeli Sunscreen Wardah

1.6 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sumber daya yang berguna untuk penelitian masa depan mengenai subjek yang sama, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen di Batam lebih memahami bagaimana kualitas produk, persepsi merek, dan desain produk mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli tabir surya Wardah.

1.7 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
Dapat memberikan persepsi dan data mengenai kualitas produk yang berdampak pada keinginan membeli konsumen.
2. Bagi Universitas Putera Batam
Referensi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian yang lebih mendalam di masa yang akan datang.
3. Bagi Wardah
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk perusahaan wardah agar dapat mengembangkan kualitas produk di masa yang akan datang sehingga bisa membuat daya tarik lebih kepada konsumen di masa mendatang.