

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

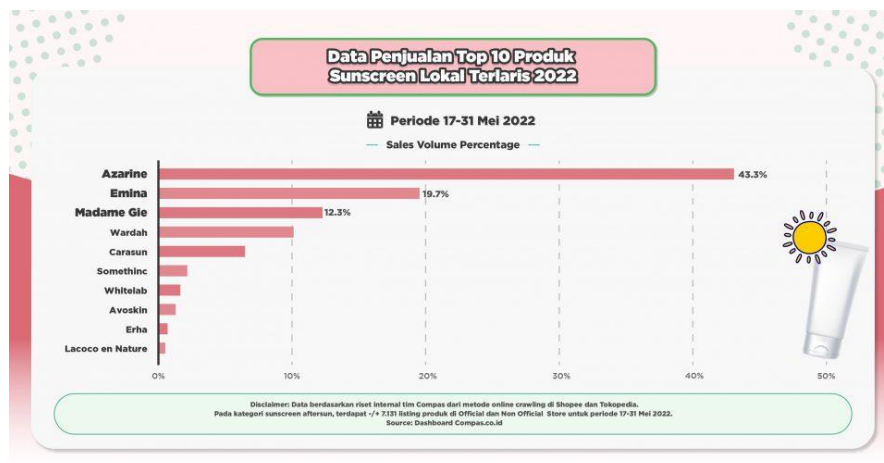
Perkembangan industri kecantikan saat ini semakin pesat, tentunya persaingan pada industri ini juga semakin ketat yang membantu perusahaan di bidang kosmetik dan *Skincare* harus berinovasi dalam menciptakan produk yang dapat menarik konsumen dan tentunya dengan kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau, sehingga bisa mendapat nilai lebih dan menarik konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Produk *Skincare* saat ini menjadi kebutuhan sehari-hari yang digunakan khususnya oleh konsumen wanita. Perusahaan kosmetik dan *Skincare* dituntut untuk mengetahui segmen pasar maka dari itu salah satunya ialah perusahaan harus mempelajari perilaku konsumen terhadap produk kosmetik maupun *Skincare* yang dipasarkan.

Skincare merupakan serangkaian kegiatan perawatan kulit yang membantu menjaga kesehatan dan kecantikan kulit sekaligus memperbaiki masalah kulit yang dapat meningkatkan tampilan dan fungsi kulit anda. Beberapa jenis *Skincare* adalah sabun pembersih wajah, toner wajah, pelembab, serum wajah, *Sunscreen* dan lain-lain. *Skincare* dapat membersihkan kulit, melembabkan, menghaluskan, melindungi, memberi nutrisi dan juga mencegah pengaruh buruk oleh paparan sinar matahari yang berlebih. Paparan sinar matahari yaitu radiasi sinar *ultraviolet* (UVR) yang terdiri dari UVA dan UVB berlebih dapat menimbulkan efek kerugian bagi kulit khususnya kulit remaja seperti kusam, efek penuaan dini bahkan kanker kulit. Maka untuk mencegah efek-efek tersebut, salah satu upaya yang dilakukan adalah menggunakan tabir surya atau dengan nama lain *Sunscreen*.

Sunscreen merupakan kosmetik pelindung yang memiliki peran penting dalam menjaga kesehatan kulit, mengingat aktifitas sehari-hari sebagian besar yang kita lakukan diluar rumah yang cenderung terpapar sinar matahari. Perlindungan produk *Sunscreen* terhadap sinar UV B umumnya dinyatakan

dengan kekuatan SPF pada penandaan. Nilai SPF menyatakan seberapa lama produk *Sunscreen* tersebut dapat melindungi kulit jika dibandingkan dengan tidak memakai produk *Sunscreen*. Maka dengan itu sudah terdapat banyak produk tabir surya atau *Sunscreen* yang diperjual belikan baik produk lokal atau pun produk dari luar negeri dengan berbagai variasi harga, kualitas, bentuk dan nilai SPF yang disediakan.

Compas dalam artikelnya, 10 Top Brand Produk Sunscreen Lokal Terlaris 2022, menjelaskan bahwa *Sunscreen* menjadi salah satu produk kecantikan perawatan kulit yang sedang ramai bahkan sempat viral di *platform* media sosial seperti *tiktok* dan *instagram*, hal ini didasari karena *Sunscreen* memiliki banyak manfaat yang mengatasi permasalahan kulit kebanyakan orang Indonesia.



Gambar: Data Penjualan Produk Sunscreen
Sumber: Kompas, 2022

Dilansir dari situs web online <https://kompas.co.id>, tabel diatas menunjukkan bahwa *Sunscreen* Azarine memiliki penjualan tertinggi pada tahun 2022 yaitu sebesar 43,3% yang diantara merek lain seperti Emina sebesar 19,7%, Madam Gie sebesar 12,3%, Wardah sebesar 10,2%, Carasun sebesar 6,4%, Somethinc sebesar 2,2%, Whitelab sebesar 1,3%, Avoskin sebesar 0,71%, Erha sebesar 0,58% dan Lacoco en Nature 0,24%. Hal ini

menunjukkan bahwa adanya ketertarikan konsumen dalam membeli produk *Sunscreen Azarine*. Dari data tersebut yang menggunakan produk *Sunscreen Azarine* tentunya muncul berbagai persepsi mengenai produk *Sunscreen Azarine*. Dimana persepsi adalah proses untuk menggunakan sesuatu oleh individu yang diterima melalui penglihatan, perasaan pendengaran dan sentuhan untuk menghasilkan makna dan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

Sunscreen Azarine merupakan merupakan tabir surya wajah dalam bentuk gel (*water base*) yang sangat ringan, dingin dan mudah meresap untuk seluruh jenis kulit termasuk kulit berminyak dan *acne prone skin* untuk melindungi kulit dari sinar UV A dan UV B serta menutrisi kulit. Produk ini juga diformulasikan dengan propolis, *Aloe vera*, *green tea*, dan pomegranat yang bekerja melindungi kulit dari bahaya sinar UVA dan UVB, sekaligus menutrisi kulit. *Sunscreen Azarine* hadir dalam kemasan tube yang praktis dan dilengkapi penutup *flip top* yang rapat sehingga aman untuk dibawa-bawa. Pada kemasannya juga dilengkapi informasi produk dengan lengkap. Mulai dari klaim produk, cara pakai, *ingredients*, hingga nomor BPOM.

Sunscreen merupakan hal yang penting bagi kulit remaja dikarenakan dapat mencegah penuaan dini. Penggunaan *Sunscreen* yang rutin dapat membuat kulit tampak awet muda. Maka dari itu *Sunscreen Azarine* ini telah banyak digunakan oleh para remaja untuk melindungi kulit dari paparan sinar matahari saat beraktivitas seharian. Pada usia menginjak usia 20 tahun sangat dianjurkan untuk rutin menggunakan perawatan wajah yang dimana mewajibkan penggunaan *Sunscreen* sebagai step terakhir dari perawatan wajah (Watson,2020). Maka dari itu, Berdasarkan data awal yang telah penulis kumpulkan dengan responden pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan 2019, *Sunscreen Azarine* merupakan produk yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Angkatan Tahun 2019. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.1
Daftar Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Angkatan 2019
Pengguna Produk *Sunscreen Azarine*

No	Jurusan	Jumlah
1	Teknik Mesin	13
2	Teknik Elektro	26
3	Manajemen Informatika	15
4	Teknik Sipil	12
5	Teknik Komputer	26
6	Teknik Kimia	12
7	Administrasi Bisnis	14
8	Bahasa Inggris	10
9	Akuntansi	20
Total		148

Sumber: Data yang diolah,2022

Berdasarkan Tabel 1.1 mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan 2019 lebih banyak menggunakan produk *Sunscreen Azarine* dimana terdapat 148 mahasiswa yang menggunakan produk tersebut. Dilihat dari tingginya tingkat penggunaan produk *Sunscreen Azarine*, tentunya mahasiswa juga melakukan berbagai pertimbangan sebelum menggunakan dan membeli produk tersebut.

Konsumen berpendapat bahwa produk yang relatif mahal adalah produk yang berkualitas, namun harga yang ditawarkan untuk produk *Sunscreen Azarine* terbilang relatif terjangkau bagi kantong mahasiswa tentu dengan kualitas produk yang baik, tetapi tidak sedikit juga yang mengatakan jika harga yang ditawarkan produk *Sunscreen Azarine* terbilang cukup mahal. Harga menjadi faktor yang sangat berpengaruh secara nyata pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Setiap konsumen mempunyai persepsi masing masing terhadap produk yang dibeli. Sebuah persepsi timbul akibat adanya penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Persepsi

setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda beda. Maka dari itu, persepsi dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Maka dari itu pentingnya mengetahui persepsi konsumen mengenai produk setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERSEPSI MAHASISWA MENGENAI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Angkatan Tahun 2019”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah penelitian dapat dirumuskan adalah:

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan 2019 Mengenai Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Azarine?
2. Dimensi Manakah yang Paling Dominan Mengenai Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Azarine oleh mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan dalam penulisan laporan akhir ini terarah, maka penulis akan mengarahkan penelitian ini kepada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019 yang menggunakan produk *Sunscreen* Azarine. Penelitian ini akan meneliti tentang persepsi mahasiswa mengenai keputusan pembelian *Sunscreen* Azarine dan dari persepsi tersebut dimensi apakah yang paling dominan dirasakan oleh konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dihadapi penulis dalam penulisan ini yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019 mengenai keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine*
2. Untuk mengetahui dimensi mana yang paling dominan mengenai keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* oleh mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui persepsi mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019 mengenai keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine*
2. Dapat mengetahui dimensi mana yang paling dominan mengenai keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine* oleh mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar mempermudah penulis dalam melakukan penelitian ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu hanya mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019 yang memakai Produk *Sunscreen Azarine*.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan akhir, penulis menggunakan dua macam data berdasarkan cara memperolehnya yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan jenis data berdasarkan cara memperolehnya yaitu:

1. Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Dalam

penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran pra survey dan kuesioner kepada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019.

2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data yang dapat diperoleh berasal dari buku buku dan jurnal yang didapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam kegiatan pengumpulan data, penulis melakukan riset lapangan dan riset kepustakaan yaitu dengan teknik-teknik pengumpulan data sebagai:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

- a. Kuseioner

Menurut Sugiyono (2017:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner berisikan sejumlah pernyataan dan setiap pernyataan diiringi dengan sejumlah jawaban yang menggunakan skala likert, dalam hal ini respondennya adalah mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019 yang memakai produk *Sunscreen Azarine*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument untuk memperoleh informasi atau data tentang persepsi mahasiswa mengenai keputusan pembelian produk *Sunscreen Azarine*.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengambilan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku literatur atau referensi untuk mendapatkan keterangan teroris sebagai bahan masukan

penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti dan berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas dalam penelitian.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Menurut Sujarweni (2015:80) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dimana penulis mengambil populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan tahun 2019 yang menggunakan produk *Sunscreen* Azarine dimana berjumlah 148 mahasiswa.

1.5.4.2 Sampel

Menurut Siyoto & Sodik (2015:65) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.

Maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu dengan cara penarikan sampel. Menurut Ferdinand (2014:171) dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel minimum} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\
 &= 21 \times 5 \\
 &= 105 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan dari perhitungan diatas, maka ditentukan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 105 responden.

1.5.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2018:80) “Teknik Sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Menurut Siregar (2013:32) *stratified random sampling* merupakan jumlah sampel yang diambil dari setiap strata jumlahnya sama tidak sebanding dengan jumlah populasi dengan proposi sampel di setiap strata (tingkatan). Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *stratified random sampling* dengan rumus:

$$ni = \frac{Ni}{N} x S$$

Keterangan:

ni = Jumlah sampel menurut stratum

Ni = Jumlah populasi menurut stratum

S = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila populasi berstrata tetapi kurang proposional. Adapun kriteria – kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah mahasiswa semester 6 aktif seluruh jurusan di Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan produk *Sunscreen Azarine*. Setelah ditentukan jumlah populasi dari setiap jurusan maka selanjutnya mencari jumlah sampel dari

setiap jurusan dengan memasukkan nilai-nilai tersebut ke dalam rumus *stratified random sampling*. Sehingga jumlah sampel perkelas yang dibutuhkan adalah:

Tabel 1.2
Jumlah Sampel

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa 2019	Jumlah Pengguna Produk	Rumus	Jumlah sampel
1.	Teknik Mesin	280	13	$ni = \frac{13}{148} \times 105$	9 orang
2.	Teknik Elektro	506	26	$ni = \frac{26}{148} \times 105$	18 orang
3.	Manajemen Informatika	294	15	$ni = \frac{15}{148} \times 105$	11 orang
4.	Teknik Sipil	268	12	$ni = \frac{12}{148} \times 105$	9 orang
5.	Teknik Komputer	234	26	$ni = \frac{26}{148} \times 105$	18 orang
6.	Teknik Kimia	275	12	$ni = \frac{12}{148} \times 105$	9 orang
7.	Administrasi Bisnis	291	14	$ni = \frac{14}{148} \times 105$	10 orang
8.	Bahasa Inggris	62	10	$ni = \frac{10}{148} \times 105$	7 orang
9.	Akuntansi	345	20	$ni = \frac{20}{148} \times 105$	14 orang
Jumlah		2.555	148		105 orang

Sumber: Data yang diolah, 2022

1.5.5 Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penulisan ini adalah:

1. Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Selain itu, untuk mengetahui persepsi mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya angkatan 2019 mengenai keputusan pembelian produk *Sunscreen* azarine. Pada Analisa ini, peneliti menggunakan analisis data kuantitatif sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden dan kuesioner diberikan dan dihitung menggunakan Skala Likert. Tingkatan Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1.3
Skala Likert

No	Skala Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2018

Skala Likert ini dilihat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban ini akan diolah sebagai pemabahasan memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada. Metode analisis ini menggunakan persentase karena metode ini

digunakan untuk menghitung jawaban atas kuesioner dari responden.

Menurut Ridwan (2015:13) rumus persentase dan kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

$$IS = \frac{\sum Skor Penelitian}{\sum Skor Ideal} \times 100\%$$

Keterangan:

IS : Interpretasi Skor

Skor Penelitian : Jawaban Responden x Bobot Nilai (1-5)

Skor Ideal : Skala Nilai Tertinggi x Jumlah Responden

Setelah menentukan persentase, maka peneliti dapat menggolongkan persentase tersebut ke dalam kriteria interpretasi skor item sebagai berikut:

Tabel 1.4
Kriteria Interpretasi

No	Skor/Angka	Interpretasi
1	0%-20%	Sangat Rendah
2	21%-40%	Rendah
3	41-60%	Sedang
4	61%-80%	Tinggi
5	81%-100%	Sangat Tinggi

Sumber: Riduwan, 2018

Tabel interpretasi skor di atas akan menunjukkan posisi dari persentase yang didapat mengenai perhitungan persentase jawaban setiap dimensi yang diteliti.

1.5.6 Uji Instrumen

1.5.6.1 Uji Validitas

Menurut Yurita, dkk (2016:8) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesahihan suatu instrumen. Untuk menguji validitas instrumen dapat digunakan cara analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap item jawaban dengan skor total item jawaban.

Menurut Sugiyono (2018: 125) menyatakan bahwa uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Alat korelasi yang digunakan peneliti adalah korelasi Pearson. Taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05%, jika nilai r lebih besar dari 0,05 maka item tersebut valid dan reliabel dan jika r lebih kecil dari 0,05 maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak reliabel.

1.5.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:95), uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran dikatakan reliabel apabila pengukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Reliabilitas berkaitan dengan estimasi sejauhmana suatu pengukur bebas dari kesalahan acak atau tidak stabil.

Menurut Instrumen yang reliabel dapat dipakai dengan baik dalam pengertian bahwa faktor-faktor yang sifat isinya sementara dan situasional tidak berpengaruh. Untuk menguji reliabilitas dapat mengatakan rumus *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.