UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pemetaan Peran Atribut Produk Tinted Sunscreen Berdasarkan Ulasan Konsumen Shopee Mall Indonesia
Menggunakan IPA-Kano Model**
Dena Renita, Prof. Ir. Subagyo, Ph.D., IPU., ASEAN Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Tinted sunscreen berkembang sebagai produk multifungsi yang menggabungkan perlindungan kulit dari paparan sinar matahari dan fungsi kosmetik. Bertambahnya jumlah produk *tinted sunscreen* pada *marketplace* mendorong persaingan antar-*brand* serta meningkatkan kebutuhan pengembangan produk berbasis atribut yang benar-benar diperhatikan konsumen. Namun, kajian pada kategori *tinted sunscreen* masih terbatas, terutama dalam konteks pasar Indonesia, dan sebagian masih bertumpu pada *predefined attributes*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut kebutuhan konsumen pada kategori *tinted sunscreen*, memetakan perannya terhadap kepuasan konsumen, serta mengevaluasi pemenuhannya pada *brand* utama sebagai validasi eksploratif terhadap hasil pemetaan atribut dan dasar rekomendasi pengembangan produk.

Penelitian ini menganalisis 19.410 ulasan dari delapan *brand* utama *tinted sunscreen* di Shopee Mall Indonesia. Identifikasi atribut dilakukan menggunakan *topic modeling* dengan algoritma LDA, sedangkan evaluasi sentimen konsumen terhadap atribut dianalisis menggunakan VADER. Selanjutnya, peran atribut terhadap kepuasan konsumen dipetakan menggunakan model IPA-Kano, dan pemenuhan atribut pada masing-masing *brand* dievaluasi melalui *opportunity landscape*.

Hasil penelitian mengidentifikasi enam atribut kebutuhan konsumen, yaitu “Daya Serap” sebagai atribut *must-be*, “Aroma Produk” dan “Kesesuaian Warna” sebagai *one-dimensional*, “Efek Mencerahkan” dan “Ukuran Kemasan” sebagai *attractive*, serta “Desain Kemasan” sebagai *indifferent.* Evaluasi pemenuhan atribut secara eksploratif menunjukkan kesesuaian dengan klasifikasi IPA-Kano yang dihasilkan. Berdasarkan temuan tersebut, pengembangan produk *tinted sunscreen* disarankan untuk memprioritaskan pemenuhan "Daya Serap Produk" sebagai syarat dasar, meningkatkan performa "Aroma Produk" dan "Kesesuaian Warna", memanfaatkan "Efek Mencerahkan" dan "Ukuran Kemasan" sebagai atribut yang berpotensi menciptakan kesan positif melampaui ekspektasi konsumen, serta membatasi alokasi sumber daya pada "Desain Kemasan".

Kata kunci: *Tinted sunscreen*, Kebutuhan Konsumen, Pemodelan Topik, Analisis Sentimen, Model IPA-Kano, Pengembangan Produk.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pemetaan Peran Atribut Produk Tinted Sunscreen Berdasarkan Ulasan Konsumen Shopee Mall Indonesia
Menggunakan IPA-Kano Model**
Dena Renita, Prof. Ir. Subagyo, Ph.D., IPU., ASEAN Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Tinted sunscreen has developed as a multifunctional product that combines skin protection from sun exposure with cosmetic functions. The increasing number of tinted sunscreen products on marketplaces has intensified competition among brands and increased the need for product development based on attributes that are truly considered important by consumers. However, studies on the tinted sunscreen category remain limited, particularly in the Indonesian market context, and some still rely on predefined attributes. Therefore, this study aims to identify consumer requirement attributes in the tinted sunscreen category, map their roles in consumer satisfaction, and assess their fulfillment among leading brands to provide exploratory validation of the attribute mapping results and support product development recommendations.

This study analyzed 19,410 reviews from eight major tinted sunscreen brands on Shopee Mall Indonesia. Attribute identification was conducted using topic modeling with the LDA algorithm, while consumer sentiment toward the attributes was analyzed using VADER. Furthermore, the role of each attribute in consumer satisfaction was mapped using the IPA-Kano model, and attribute fulfillment for each brand was evaluated through the opportunity landscape.

The result identified six consumer requirement attributes, namely "Product Absorption" as a must-be attribute, "Product Scent" and "Shade Compatibility" as one-dimensional attributes, "Brightening Effect" and "Package Size" as attractive attributes, and "Packaging Design" as an indifferent attribute. The exploratory evaluation of attribute fulfillment showed consistency with the resulting IPA-Kano classification. Based on these findings, the development of tinted sunscreen products is recommended to prioritize the fulfillment of "Product Absorption" as a basic requirement, improve the performance of "Product Scent" and "Shade Compatibility", utilize "Brightening Effect" and "Package Size" as attributes that have the potential to create positive impressions beyond consumers' expectations, and limit resource allocation for "Packaging Design".

Keywords: *Tinted sunscreen, Consumer Requirements, Topic Modeling, Sentiment Analysis, IPA-Kano Model, Product Development.*