

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
PROMO ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *SKIN CARE* SR12 DI TOKO ONLINE ALVIRASR12**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas Syarat-Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Surakarta

Disusun Oleh:

Gatot Dwi Prasetyo

18.11.0117

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA  
2022**

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Gatot Dwi Prasetyo  
NIM : 18110117  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMO ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKIN CARE* SR12 DI TOKO ONLINE ALVIRASRI12.

Disetujui dan disahkan

Hari : *Jumat*

Tanggal : *29 Juli 2022*

Pembimbing,



Atik Lusya, S.F.,M.B.A

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Damilatsih, S.E., M.B.A

### **PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Gatot Dwi Prasetyo  
NIM : 18110117  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMO ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKIN CARE SR12 DI TOKO ONLINE ALVIRASRI12.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dan diterima untuk memenuhi persyaratan memenuhi gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Kamis

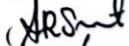
Tanggal : 2 Oktober 2022

Tim penguji

Ketua : Ari Susanti, S.Pt., M.M.

Anggota : Atik Lusia, S.E., M.B.A

Tanda Tangan

();  
()

**Mengetahui,**

**Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**



**(Dr. Pardi S.E., M.M., M.H.)**

## PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

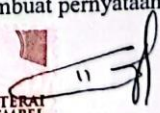
Nama : Gatot Dwi Prasetyo

NIM : 18110117

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMO ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKIN CARE* SR12 DI TOKO ONLINE ALVIRASRI12.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari ditemukan bahwa Skripsi saya adalah hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia membatalkan / menanggalkan keserjanaan saya atau bersedia diberikan sanksi sesuai dengan perundangan yang berlaku.

Pembuat pernyataan,  
  
  
Gatot Dwi Prasetyo

## **MOTTO**

*“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”*

*(QS. Ar Ra d : 11)*

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat-Nya dan juga kesempatan dalam menyelesaikan skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur saya ucapkan kepada engkau Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya yang telah memberi semangat dan do'a sehingga skripsi yang saya susun ini dapat diselesaikan dengan baik.

Untuk karya yang sederhana ini, saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu sekeluarga yang telah memberi doa serta dukungannya untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Ibu Atik Lusia, S.F.,M.B.A selaku pembimbing yang sudah membimbing penulis dan memberikan banyak ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dengan baik.
3. Bapak dan Ibu Dosen STIE Surakarta yang telah memberikan banyak ilmunya.
4. Teman-teman S1 Manajemen A yang telah membantu dan memberikan semangat maupun motivasi untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Sahabat yang selalu ada dalam suka maupun.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik. Dimana laporan skripsi ini penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul laporan skripsi yang penulis ambil adalah sebagai berikut, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian produk *Skin Care* SR12 di Toko Online Alvirasri12” Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Starta 1 (S1) Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak yang dan juga telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga yang tak ternilai harganya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Pardi S.E., M.M., M.H. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A selaku kepala Program Studi S1 Manajemen.
3. Ibu Atik Lusia, S.F.,M.B.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

4. Seluruh Dosen STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan. Serta seluruh Staff dan karyawan STIE Surakarta yang telah membantu selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
6. Kedua Orang Tua penulis serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberi dukungan, motivasi, dan doa tanpa henti.
7. Teman – teman Manajemen angkatan 2018 STIE Surakarta, terima kasih atas dukungan dan pemberian semangat selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang. Akhir kata semoga laporan ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi pembaca yang berminat umumnya. Terima kasih atas perhatiannya.

*Wasalamualaikum wr. wb*

Surakarta, 18 Mei 2021

Gatot Dwi Prasetyo

## DAFTAR ISI

|                                          | Halaman |
|------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL.....                       | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                 | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                  | iii     |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                 | iv      |
| MOTTO .....                              | v       |
| PERSEMBAHAN .....                        | vi      |
| KATA PENGANTAR .....                     | vii     |
| DAFTAR ISI.....                          | ix      |
| DAFTAR TABEL.....                        | xi      |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                     | xiii    |
| ABSTRAK .....                            | xiv     |
| BAB I. PENDAHULUAN.....                  | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah .....          | 1       |
| B. Rumusan Masalah.....                  | 7       |
| C. Tujuan Penelitian .....               | 8       |
| D. Manfaat Penelitian .....              | 8       |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....            | 10      |
| A. Landasan Teori .....                  | 10      |
| B. Penelitian Terdahulu.....             | 16      |
| C. Kerangka Pemikiran .....              | 19      |
| D. Hipotesis Penelitian .....            | 19      |
| BAB III. METODE PENELITIAN.....          | 21      |
| A. Objek Penelitian.....                 | 21      |
| B. Jenis dan Sumber Data Penelitian..... | 21      |
| C. Populasi dan Sampel.....              | 22      |
| D. Metode Pengumpulan Data.....          | 23      |
| E. Teknik Analisis Data .....            | 25      |

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....     | 29 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 29 |
| B. Deskripsi Responden .....           | 30 |
| C. Analisis Responden .....            | 32 |
| D. Pembahasan .....                    | 45 |
| BAB V. PENUTUP.....                    | 47 |
| A. Kesimpulan.....                     | 47 |
| B. Saran .....                         | 48 |
| DAFTAR PUSTAKA                         |    |
| LAMPIRAN                               |    |

## DAFTAR TABEL

|                                                       | Halaman |
|-------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1. Produk Terlaris.....                         | 2       |
| Tabel 2. Data Penjualan .....                         | 3       |
| Tabel 3. Penelitian Terdahulu .....                   | 16      |
| Tabe; 4. Skala <i>Likert</i> .....                    | 25      |
| Tabel 5. Definisi Operasional .....                   | 25      |
| Tabel 6. Data Deskripsi Responden Jenis Kelamin ..... | 30      |
| Tabel 7. Data Deskripsi Responden Domisili .....      | 31      |
| Tabel 8. Data Deskripsi Responden Usia.....           | 32      |
| Tabel 9. Hasil Uji Validasi.....                      | 34      |
| Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas.....                 | 36      |
| Tabel 11. Hasil Uji Normalitas .....                  | 37      |
| Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas .....           | 38      |
| Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....         | 39      |
| Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....     | 40      |
| Tabel 15. Hasil Uji t.....                            | 42      |
| Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi .....           | 44      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                    | Halaman |
|------------------------------------|---------|
| Gambar 2. Kerangka pemikiran ..... | 19      |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen Data

Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

## ABSTRAK

**Gatot Dwi Prasetyo, 18.11.0117. 48 halaman. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promo Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skin Care* SR12 di Toko Online ALVIRASRI2, 2022,**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skin Care* SR12 di Toko Online ALVIRASRI2. 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skin Care* SR12 di Toko Online ALVIRASRI2. 3) Pengaruh *endorser* kepuasan konsumen pasta gigi Pepsodent di Kabupaten Klaten. 4) *Pengaruh* Promo Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skin Care* SR12 di Toko Online ALVIRASRI2.

Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan *survey* berupa kuesioner, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk SR12 di Toko Online ALVIRASRI2. Teknik yang digunakan adalah teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji validasi dan reliabilitas setelah itu melakukan Uji Asumsi Klasik dan dilakukan analisis regresi berganda dengan menggunakan alat uji program SPSS.

Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skin Care* SR12 di Toko Online ALVIRASRI2, sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skin Care* SR12 di Toko Online ALVIRASRI2. Saran dalam penelitian ini lebih mengacu pada variabel Kualitas Pelayanan. Toko harus lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan contoh memberikan penanganan ditoko secara ramah dan menyampaikan informasi secara jelas agar lebih meningkatkan keputusan Pembelian

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promo Ongkos Kirim.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia kecantikan atau kosmetik di Indonesia saat ini berkembang sangat banyak. Industri kosmetik di Indonesia tumbuh 5,59 persentahun 2021. Perkembangan jaman masyarakat dituntut untuk lebih modern baik wanita maupun pria. Salah satunya penampilan fisik, penampilan fisik sangat penting khususnya wanita. Kecantikan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam dunia penampilan. Salah satu sektor yang menjadi kebutuhan di kalangan wanita, yaitu berkembangnya berbagai macam merek *skin care* yang menawarkan berbagai macam solusi dari keluhan konsumen, sehingga pelaku bisnis menciptakan berbagai jenis *skin care* untuk menarik konsumen. Banyaknya industri kosmetik SR12 masuk dalam produk perawatan tubuh terlaris di Indonesia karena SR12 menjual produk herbal sehingga sangat aman digunakan. Berdasarkan data dari data boks tahun 2021 terdapat berbagai merk yang muncul di Indonesia diantaranya tertera pada table 1.

**Tabel 1. Produk Perawatan Tubuh Terlaris di Indonesia Tahun 2021**

| No | Merk         | Pangsa Pasar |
|----|--------------|--------------|
| 1  | Scarlett     | 18%          |
| 2  | Vitaline     | 5%           |
| 3  | Nivea        | 2,8%         |
| 4  | HB Whitening | 2,6%         |
| 5  | SR12         | 2,4%         |
| 6  | Dosting      | 2,2%         |
| 7  | Kedas Beauty | 2,2%         |
| 8  | Bierlian     | 2,2%         |
| 9  | MS Glow      | 2%           |
| 10 | Vaseline     | 2%           |

Sumber: Data boks Monavia Ayu, 2022

Masa pandemi orang-orang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah sehingga tren merawat kesehatan dan kecantikan kulit semakin meningkat. Berdasarkan data badan pusat statistik (BPS) pada kuartal I 2021 pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik tumbuh 5,59 %. Pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia juga di proyeksikan naik 7 % pada 2021.

AlviraSR12 salah satu pemasar dari perusahaan SR12 yang menjalankan bisnis dengan online. SR12 masih bisa dikatakan sebuah usaha yang tergolong masih muda. Disisi lain, SR12 sudah membantu banyak mitra dalam segi perekonomian seperti pemasar, reseller, sub agen, agen dan distributor. AlviraSR12 salah satu bisnis online dan media pemasaran menggunakan WhatsApp, instagram, shopee. Tujuan dari pemasaran online untuk pengenalan produk SR12 kekonsumen di berbagai kota dengan cepat melalui media online. Banyaknya produk dari SR12 konsumen selalu

membeli sesuai kebutuhan sehari-hari, berikut data produk SR12 yang paling banyak diminati konsumen.

**Tabel 2. Penjualan Produk SR12 di Toko AlviraSR12 Tahun 2021**

| No | Merk                | Jumlah Pengguna |
|----|---------------------|-----------------|
| 1  | Bulus Soap          | 36              |
| 2  | Coffe soap          | 23              |
| 3  | Gomilku             | 22              |
| 4  | Lemonku             | 10              |
| 5  | Lipcare cherry      | 8               |
| 6  | Lip glow magic      | 7               |
| 7  | Honey soap          | 7               |
| 8  | Minyak bulus        | 6               |
| 9  | Rose water          | 6               |
| 10 | Body wash aloe vera | 6               |

Sumber: AlviraSR12, 2021

Berdasarkan tabel 2 bisa dilihat bahwa produk SR12 sangat banyak diminati konsumen. Dengan adanya data penjualan produk SR12 perusahaan bisa memproduksi lebih banyak lagi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain banyaknya minat beli dari produk SR12, SR12 harus mempertahankan kualitas produk untuk menarik konsumen tetap membeli produk SR12.

Kualitas produk menjadi faktor penentu perusahaan, terutama bisnis skin care dalam menciptakan keputusan pembelian setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap produk SR12. Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil (Kotler dan Armstrong, 2015).

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang skin care, kualitas produk merupakan faktor utama yang harus diperhatikan.

Selain itu pelanggan akan memahami produk dengan cara menikmati dari kualitas pelayanan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen (Goesth dan Devis, 2019). Menurut Kotler dan Armstrong (2016) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan dengan cara mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan apa yang diinginkan pelanggan. Penjualan ditoko online AlviraSR12 dikenakan ongkos kirim dalam pengiriman barang kepelanggan. Salah satu daya tarik yang ditawarkan di toko online AlviraSR12 adalah menawarkan promo ongkos kirim di shopee. Dengan mengadakan promo ongkos kirim atau pembelihanya perlu membayar dengan harga yang mereka beli. Menurut Herlambang (2014) promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh

perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran untuk membeli produknya.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Armstrong, 2016). Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar membeli. Konsumen bebas memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya, memutuskan tempat pembelian, bagaimana caranya, banyak pembelian, kapan membeli. Konsumen membeli dan mengkonsumsi produk bukan sekedar karena nilai fungsi awalnya.

Pelayanan dari produk SR12 selalu memberikan yang terbaik dan sesuai keinginan dari konsumen. Dalam kualitas produk sering kali konsumen tidak paham tentang produk herbal SR12. Banyak konsumen belum paham tentang skincare herbal dan cara kerjanya. Setiap konsumen yang menanyakan produk SR12 pemasar selalu memperkenalkan produknya dan memberi pemahaman cara kerja skin care herbal. Konsumen yang mengalami keluhan dalam hal kecantikan kemudian pemasar selalu memberi pelayanan yang baik. Cara memperkenalkan produk SR12 ke konsumen adalah dengan menjelaskan manfaat dari produk SR12. Konsumen akan dilayani pemasar dengan menanyakan keluhan dari konsumen. Dari semua keluhan konsumen pemasara memberikan saran atau solusi dengan memperkenalkan produk

SR12. Dalam mempermudah transaksi penjualan produk SR 12 pemasar menyediakan toko online. Berkaitan dengan upaya pengembangan produk, yang tepat bagi target pasar dan dalam setiap menjalankan proses bisnis, produk yang hendak dijual harus memiliki kualitas yang baik dan diharapkan sesuai dengan harga yang diberikan dengan produk yang baik maka suatu perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan bisnis lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Melinda (2015) menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Rofiq dan Hufron (2018) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan. Apabila kualitas produk yang dijual baik dimata konsumen tentunya konsumen akan tetap melakukan pembelian pada produk yang bersangkutan. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen. Berbagai usaha yang ditempuh oleh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas antara lain dengan menerapkan control ketat pada setiap proses dalam pembuatan produk (Habibah dan Sumiati, 2016). Selain kualitas produk konsumen juga memperhatikan kualitas pelayanan dalam melakukan keputusan pembelian.

Bagi pelanggan, kualitas pelayanan adalah sedekat mana pelayanan diterimanya dibandingkan dengan harapannya. Apabila persepsi terhadap pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan positif atau baik. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas

pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Penelitian dari Febriyani (2018) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Saputra dan Ardani (2020) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi dan menariknya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dan berlangganan pada produk atau jasa. Hasil penelitian dari Tulanggow et al (2019) penelitian menunjukkan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian oleh Sitompul (2020) menyatakan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian Battery sepeda motor. Berdasarkan uraian di atas terdapat perbedaan hasil penelitian sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada produk SR12 dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promo Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care SR12 di Toko Online AlviraSR12”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran di atas, maka perumusan masalah dapat digambarkan dalam penelitian ini sebagai :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skin care* SR12 di toko online AlviraSR12?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skin care* SR12 di toko online AlviraSR12?

3. Apakah promo ongkos kirim berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk skin care SR12 di toko online AlviraSR12?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skin care SR12 di toko online AlviraSR12.
2. Mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk skin care SR12 di toko online AlviraSR12.
3. Mengetahui pengaruh signifikan promo ongkos kirim terhadap keputusan pembelian produk skin care SR12 di toko online AlviraSR12.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, onkos kirim terhadap keputusan pembelian produk *skin care* SR12 di toko online AlviraSR12.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Pengalaman pada bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan ongkos kirim terhadap keputusan pembelian produk *skin care* SR12 di toko online AlviraSR12.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi perusahaan SR12 atau organisasi mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promo ongkos kirim terhadap keputusan pembelian produk SR12

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi yang bermanfaat bagi pembaca yang akan melakukan penelitian pada bidang yang sama.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Teori Yang Relevan**

##### **1. Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Kemudian Assauri (2015) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsinya. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Tjiptono (2012) mengemukakan bahwa kualitas adalah sebagai berikut: konsep kualitas tradisional adalah konsistensi, keramahan, keramahan pengguna, estetika, dan lain-lain sebagai ringkasan langsung dari suatu produk. Nilai adalah semua yang mampu memenuhi kebutuhan atau kebutuhan klien dalam definisi strategis. Menurut Kotler dan Keller (2012) Kualitas Produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya

Indikator kualitas produk menurut Nasution (2005:5)

- d. Kesesuaian produk merupakan ciri khas yang berkaitan dengan desain pada suatu produk akan menghasilkan kesesuaian standar.
- e. Keistimewaan merupakan kelengkapan atas berbagai atribut produk yang tersedia pada suatu produk.
- f. Estetika merupakan suatu keindahan pada suatu produk yang berhubungan dengan panca indera, dimana produk mampu menggambarkan nilai keindahan
- g. Kemampuan pelayanan merupakan kemampuan dalam hal melayani berhubungan langsung dengan tingkat kecepatan, kompetensi, dan kenyamanan yang diberikan suatu perusahaan.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.

## **2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menurut Kasmir (2017) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Rusyidin (2017) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Lewis dan Booms (dalamTjiptono 2017) mengemukakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus

tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan.

Indikator kualitas pelayanan menurut (Zeithaml *et al*, 2016)

- a. *Tangible* (kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya)
- b. *Reliability* (kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya)
- c. *Responsiveness* (kesanggupan untuk membantu menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan pelanggan)
- d. *Assurance* (kemampuan dan keramahan, serta sopan santun pegawai dalam menyakini kepercayaan pelanggan)
- e. *Empathy* (sikap tegas tetapi perhatian dari pegawai terhadap pelanggan)

Berdasarkan pengertian – pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan.

### 3. **Promo Ongkos Kirim**

Dalam proses jual beli online, penjual akan membebankan biaya pengiriman kepada pembelinya sesuai dengan berat dan dimensi produk

yang dibeli. Pembelian mentransfer uang seharga produk ditambah biaya kirim. Istilah biaya pengiriman ini lazim disebut ongkos kirim atau ongkir. Menurut Tjiptono (2015) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran untuk membeli produknya, Kotler (Herlambang, 2014).

Indikator promosi menurut Philip Kotler (2016)

- a. Iklan adalah upaya promosi barang ide, perusahaan atau jasa yang perlu dibayarkan oleh sponsor
- b. Tenaga penjualan adalah sebuah usaha dalam promosi yang memiliki tugas agar perusahaan mendapatkan pemasukan
- c. Promosi penjualan adalah rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian
- d. Media internet adalah media online atau digital yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya

Dalam dunia pemasaran promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan agar meningkatkan perkembangan sesuatu, baik itu merk, produk, ataupun perusahaan itu sendiri. Jadi dalam pengertian dari beberapa ahli dapat disimpulkan promosi adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuannya

adalah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan mempengaruhi mereka untuk membeli dan menggunakan produk tersebut

#### 4. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian produk. Secara umum, keputusan pembelian konsumen akan membeli merk yang paling disukai. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), keputusan pembelian dicirikan sebagai berikut: Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih membeli menggunakan dan membuang barang jasa ide atau pengalaman untuk bertemu. Hakikat pengambilan keputusan pelanggan adalah proses inkorporasi yang mengintegrasikan dan memilih interpretasi dari dua atau lebih perilaku alternatif (Sangadji dan Sopiah, 2018). Ada juga beberapa langkah keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan yang kemudian menghasilkan keputusan pembelian atau tidak. Pokok dari pengambilan keputusan ialah teknik yang menggabungkan beberapa pandangan untuk melakukan evaluasi dan menentukan pilihannya (Kotler, 2000). Penyajian pilihan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku merupakan hasil dari pengintegrasian ini.

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler (2000)

- a. Kemantapan suatu produk adalah keputusan pembelian yang dilakukan konsumen setelah melakukan pencarian informasi
- b. Kebiasaan dalam membeli adalah rekomendasi dari teman atau sahabat cukup penting. Sehingga ini menjadi indikator keputusan pembelian yang menarik
- c. Rekomendasi kepada orang lain adalah menyampaikan informasi kepada orang lain agar tertarik melakukan pembelian
- d. Pembelian ulang adalah jika konsumen melakukan pembelian ulang berarti menjadi top of mind
- e. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian memiliki arti dimana konsumen mempertimbangkan beberapa faktor terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian terhadap produk yang mereka sukai keputusan untuk membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri seorang konsumen yang disebut dengan behavior dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 3. Penelitian Terdahulu**

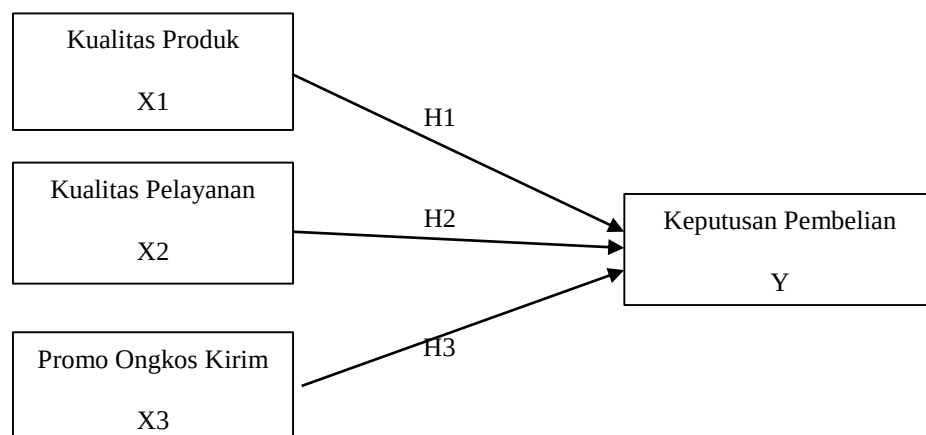
| No | Penulis dan Tahun                               | Judul                                                                                                                                     | Alat Analisis           | Hasil                                                                                                                                                                                           |
|----|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Olga Enggar Ambar Pratiwi, Lukia Zuraida (2019) | Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Rumah Tangga Di Toko Fortuna Yoyakarta | Uji t, Uji F            | Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian |
| 2  | Bayu Sutrisna Aria Sejati, Yahya Yahya (2016)   | Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks                                       | Regresi linier berganda | Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh                                                                                                                       |

|   |                                        |                                                                                                               |                                                                                            |                                                                                                                                                      |
|---|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                        |                                                                                                               |                                                                                            | signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian                                                                                                  |
| 3 | Maslikhatal Aulia, Imam Hidayat (2017) | Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies             | Regresi Berganda                                                                           | Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen                                          |
| 4 | Asyiah Asyiah (2021)                   | Pengaruh Penilaian Produk dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee di Kabupaten Ponorogo | Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi klasik, Uji Regresi berganda, uji t, dan uji f | Penilaian Produk dan ongkos kirim berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kabupaten ponorogo |

|   |                                      |                                                                                                                                                                      |                              |                                                                                                                                                                                                 |
|---|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Cindy Kirana<br>Windyaningrum (2019) | Analisis<br>Pengaruh<br>Persepsi Harga<br>Promosi dan<br>Kualitas<br>Pelayanan<br>terhadap<br>Keputusan<br>Pembelian Jasa<br>Penginapan Oyo<br>di Kota<br>Yogyakarta | Analisis Regresi<br>Berganda | Variabel<br>persepsi<br>harga,<br>promosi, dan<br>kualitas<br>pelayanan<br>berpengaruh<br>secara<br>signifikan<br>terhadap<br>keputusan<br>pembelian<br>penginapan<br>OYO di kota<br>Yogyakarta |
|---|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### C. Kerangka Pikir

Menurut Sugiono (2017) kerangka berpikir adalah sintesa yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian yang berbentuk bagan alur yang dilengkapi penjelasan kualitatif.



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

Berdasarkan Kerangka Pemikiran pada gambar 4 mempunyai variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel independen dalam penelitian ini yaitu strategi kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan promo ongkos kirim (X3) Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

### D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian.

### **1. Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian**

Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen. Dari penelitian yang dilakukan oleh (Rofiq dan Hufon, 2018) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan. Penelitian dari Wulandari dan Iskandar (2018) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka ditentukan hipotesis 1 yaitu:

H1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Bagi pelanggan, kualitas pelayanan adalah sedekat mana pelayanan diterimanya dibandingkan dengan harapannya. Penelitian dari Febriyani (2018) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Sejati dan Yahya (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Starbucks. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka ditentukan hipotesis 2 yaitu :

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **3. Pengaruh Promo Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian**

Semakin tinggi dan menariknya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam melakukan

pembelian dan berlangganan pada produk atau jasa. Hasil penelitian dari Tulanggow *et al* (2019) penelitian menunjukan bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Ernawati (2019) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka ditentukan hipotesis 3 yaitu :

H3: Promo Ongkos kirim berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang diperoleh dengan cara pengumpulan data, pengolahan data dan telah dianalisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam menggunakan produk Skincare SR12 di toko online AlviraSR12.
2. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam menggunakan produk Skincare SR12 di toko online AlviraSR12.
3. Promo Ongkos Kirim berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dalam menggunakan produk Skincare SR12 di toko online AlviraSR12.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, peneliti akan memberikan beberapa saran. Berikut ini saran yang penulis berikan:

1. Diharapkan Toko online Alvira12 meningkatkan Kualitas Pelayanan contoh memberikan penanganan ditoko secara ramah dan menyampaikan informasi secara jelas agar lebih meningkatkan keputusan Pembelian.
2. Diharapkan Toko online Alvira12 lebih meningkatkan promisi penjualan di media online, seperti menampilkan review-riview akan produk Alvira12 supaya konsumen lebih teringat bahwa itu produk Alvira12.
3. Diharapkan penelitian berikutnya tidak sebatas variabelKualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan tetapi juga menambahkan variabel pada penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, N. K. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 75-95.
- AlviraSR12. (2021) Penjualan Produk SR12 di Toko AlviraSR12
- Asiyah, A. (2021). Pengaruh Penilaian Produk Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Kabupaten Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Aulia, M., &Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Aziza, A. N., & Sari, D. K. (2019). Pengaruh Customer Relationship ManagemenTerhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Pelanggan GO-JEK di Kota Padang. *Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2).
- Databoks. (2021). Produk Perawatan Tubuh Terlaris diIndonesia <https://databoks.katadata.co.id/tags/kosmetik> Diakses pada Agustus 2021
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Polla, F. C., Mananeke, L., &Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Pratiwi, O. E. A., & Zuraida, L. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Alat-alat

Rumah Tangga di Toko Fortuna Yogyakarta (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).

Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02).

Sejati, B. S. A., & Yahya, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).

Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), 27-37.

Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35-43.

Windyaningrum RR, C. K. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Penginapan Oyo di Kota Yogyakarta (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Kepada Yth.

Saudara/I Responden Penelitian

di Tempat

Dengan Hormat

Sehubung dengan skripsi yang sedang saya lakukan untuk meraih gelar sarjana S1 Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta, Saya bermaksud melakukan penelitian mengenai sikap konsumen dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMO ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKIN CARE* SR12 DI TOKO ONLINE ALVIRASR12”**.

Maka saya mohon bantuan Saudara/i untuk menjadi responden penelitian dengan mengisi kuesioner yang Saya ajukan secara lengkap dan jujur sesuai dengan persepsi Saudara/i, mengenai Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promo Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skini Care* SR12 di Toko Online ALVIRASRI12 . Atas partisipasi dan kerjasamanya, Saya ucapkan terima kasih.

Surakarta,                  Juni 2021

Hormat saya

Gatot Dwi Prasetyo

#### A. Identitas responden

Berikan tanda (✓) pada jawaban anda

1. Nama : .....
2. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 17-20 th ☐ 21-30 th  
☐ 31-40th
4. Domisili :
5. Apakah anda pembeli atau pengguna SR!2 : ☐ Ya ☐ Tidak

#### B. Petunjuk pengisian

Berikan tanda (✓) pada kolom jawaban yang telah disediakan sesuai pendapat saudara.

Kriteria Penelitian :

STS (Sangat Tidak Setuju)

TS (tidak Setuju)

N (Netral)

S (Setuju)

SS (Sangat Setuju)

| Variabel        | Pernyataan                                                                            | STS | TS | KS | S | ST |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| Kualitas Produk | 1. Saya merasa produk SR12 sesuai dengan standart dan kualitas produk yang ditawarkan |     |    |    |   |    |
|                 | 2. Saya merasa produk SR12 menarik perhatian                                          |     |    |    |   |    |
|                 | 3. Saya merasa produk SR12 bisa dipercaya                                             |     |    |    |   |    |
|                 | 4. Saya merasa produk SR12 sangat                                                     |     |    |    |   |    |

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|                    | aman digunakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |  |  |  |  |
| Kualitas Pelayanan | 2. Saya merasa pelayanan ditoko AlviraSR12 sudah sesuai yang diharapkan<br>3. Saya merasa penyampaian informasi yang diberikan ditoko AlviraSR12 dberian dengan jelas<br>4. Saya merasa penanganan ditoko AlviraSR12 diberikan dengan baik<br>5. Saya merasa pemasar ditoko AlviraSR12 memberikan perhatian terhadap konsumen SR12 |  |  |  |  |  |
| Promosi            | 1. Saya sering melihat iklan SR12 di media online<br>2. Saya merasa reseller mampu menjelaskan kelebihan produk SR12<br>3. Saya sering melihat SR12 sering memberikan promosi atau potongan harga<br>4. Saya mengetahui produk SR12 melalui media internet                                                                         |  |  |  |  |  |
| Keputusan          | 1. Saya merasa kualitas skincare                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |  |  |  |  |

|           |                                                                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| Pembelian | <p>produk SR12 sangat baik</p> <p>2. Saya sudah terbiasa membeli skin care produk SR12</p> <p>3. Saya mendapatkan manfaat dari membeli produk SR12</p> <p>4. Saya akan melakukan pembelian kembali produk SR12</p> |  |  |  |  |  |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|