

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK *SKIN CARE* JAFRA LAMONGAN

(*INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND SERVICE QUALITY FROM ONLINE STORE ON BUYING INTEREST TO PRODUCT OF JAFRA SKINCARE LAMONGAN*)

*Rosi E. Fitriyati*¹

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen,

Email: rosifirti@gmail.com

** Correspondence*

Abstrak (

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan pada toko *Online* berpengaruh terhadap minat beli konsumen *Skin Care* JAFRA Lamongan baik secara simultan maupun parsial, serta mengetahui variabel yang paling berpengaruh secara dominan. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik *Probability Sampling (Random Sample)*. Hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} X_1 (2.159) > t_{tabel} (0.679)$, nilai $t_{hitung} X_2 (3.268) > t_{tabel} (0.679)$, dan nilai $t_{hitung} X_3 (2.443) > t_{tabel} (0.679)$. Sedangkan hasil dari uji F diperoleh nilai $F_{hitung} (1.588) < F_{tabel} (2,81)$.

Kata Kunci:

Kualitas produk, persepsi harga, kualitas servis, Skin Care Jafra Lamongan

Keywords : *Product quality, price perception, service quality, Jafra skin care lamongan*

Alamat Kantor:

Abstract (12 pt)

This study aims to determine the effect of product quality, price perception, service quality from online store on buying interest to product of Jafra Skin Care Lamongan, both partially and simultanly. The analytical method used is a quantitative method with Probability Sampling (Random Sample) technique. T test result obtained value of $t_{count} X_1 (2.159) > t_{table} (0.679)$, value of $t_{count} X_2 (3.268) > t_{table} (0.679)$, and value of $t_{count} X_3 (2.443) > t_{table} (0.679)$. While the result of the F test obtained the value of $F_{count} (1.588) < F_{table} (2,81)$.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Sasi, et al. 2016. *Pengaruh Kaulitas Produk, Harga, dan Citra Mere Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 5; 1-15.
- Alma, Buchari, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.*
- Aptaguna dan Pitaloka. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek.” Widyakala, 3 Maret 2016.
- Ayunda, W.S. (2013). *Meski Pertumbuhannya Naik, Pengguna E-Commerce Hanya 6,5%, (Online) Available <http://techno.okezone.com/read/2013/05/27/55/813292/>* (diakses 7 Nopember 2013)
- Faradiba dan Astuti, S. R. T. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang) Diponegoro. Journal of Management*. Vol. 2 (3): 1-11.
- Ghozali, Imam. (2013). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Habibah, Ummu, Sumiati. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura.” JEB 17 Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2016.
- Kalakota, R., and Robinson, M. (2000). *E-Business.Roadmap for Success. Reading, MA: Addison-Wesley.*
- Kotler, Philip and Armstrong, Garry. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: *Pearson Education Limited.*
- Kotler dan Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta :Perhallindo, 2008.
- Laudon, K.C., and Traver, C.G. (2011). *E-Commerce: Business, Technology, Society seventh Edition. England: Pearson Education Limited.*
- Rahayu, Rovi Tri. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Online Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.*
- Ratnasari, Eka. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Sepeda Motor Honda Vario DI CV Surya Gemilangi Motor II Sukodadi Lamongan. Lamongan. Universitas Islam Lamongan.*
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2017. Statistik Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.

Swisstiani, Febby. Pengaruh Harga, Efektifitas Iklan Internet dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Zalora, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.

Wahyono. 2016. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. Jurnal Management Analysis Journal*. Hal;389-399.