

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA KEDIRI)**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

AFIFAH SUCI RAHMAWATI

21401068

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI

2025

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA KEDIRI)**

SKRIPSI

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan Program Sarjana

Oleh:

AFIFAH SUCI RAHMAWATI

21401068

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA KEDIRI)**

Ditulis Oleh

AFIFAH SUCI RAHMAWATI

21401068

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Sayekti Indah K, SE, M.Akun
NIP. 199107172019032020

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, M.Hum
NIP. 199303062019032016

NOTA DINAS

Kediri, 14 November 2025

Lampiran : 3 (tiga) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri

Sykeh Wasil

Jln. Sunan Ampel 07-Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Afifah Suci Rahmawati

NIM : 21401068

Judul :PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE (STUDI KASUS PADA GENERASI Z KOTA KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1). Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang ditentukan dapat diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas ketersedian Bapak, kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Sayekti Indah K, SE, M.Akun
NIP. 199107172019032020

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, M.Hum
NIP. 199303062019032016

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 14 November 2025

Lampiran : 3 (tiga) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri

Sykeh Wasil

Jln. Sunan Ampel 07-Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Afifah Suci Rahmawati

NIM : 21401068

Judul :PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1). Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak, kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Sayekti Indah K, SE, M.Akun
NIP. 199107172019032020

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, M.Hum
NIP. 199303062019032016

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA KEDIRI)

AFIFAH SUCI RAHMAWATI

NIM.21401068

Telah diujikan di Depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada Tanggal 1 Desember 2025
Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Hj. Naning Fatmawati, S.E., M.M.
NIP. 197405282003122001

(.....)

2. Penguji 1

Sayekti Indah K. SE, M. Akun
NIP. 199107172019032020

(.....)

3. Penguji 2

Erawati Dwi Lestari, M. Hum
NIP. 199303062019032016

(.....)

Kediri, 8 Desember 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri



Dr. Imam Annas Moshlih, MHI
NIP. 197501011998031002

MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah. Tapi dua kali

Allah berjanji bahwa: Fa inna ma'al usri yusro innama'al usri yusro

(QS. Al- Insyirah 94;5-6)

“Dalam setiap langkah, ada kekuatan untuk mengubah; dalam setiap pilihan, ada kesempatan untuk memberi arti; dalam setiap perjuangan, ada pelajaran berharga yang menunggu untuk dipelajari dan dibagi. Jangan pernah takut untuk melangkah, karena di setiap jejak ada makna yang menunggu untuk ditemukan.”

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Afifah Suci Rahmawati

NIM : 2140068

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar tulisan saya dan bukan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila dikemudian hari ini terbukti dan dapat dibuktikan bahwa hasil penulisan skripsi saya adalah dari plagiasi baik sebagian atau keseluruhan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 18 November 2025

Afifah Suci Rahmawati

21401068

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang tiada terkira kepada Allah SWT atas rahmat, kekuatan, dan kesempatan yang diberikan hingga terselesaikannya skripsi ini, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapakku tercinta, Alm. Bapak Suparlan, yang meski ragamu telah tiada, namun doa, kasih, dan semangatmu masih hidup dalam setiap langkahku. Terima kasih atas cinta yang abadi dan pengorbanan yang menjadi sumber kekuatanku hingga detik ini.
2. Ibuku tercinta, Ibu Tumirah, sosok luar biasa yang tak pernah lelah berdoa, memberi kasih tanpa batas, dan menjadi alasan terbesar aku terus berjuang. Segala doa dan perjuangan ini kupersembahkan untukmu, Ibu.
3. Untuk diriku sendiri, yang telah berjuang melawan rasa lelah, ragu, dan segala keterbatasan. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, tanpa pernah benar-benar menyerah.
4. Kedua kakakku tercinta, Sumiasih dan Siti Fatimah, Yang selalu menjadi penyemangat dan teladan dalam menghadapi setiap keadaan. Terima kasih telah menunjukkan arti dari keteguhan dan kasih keluarga yang sesungguhnya.
5. Dosen pembimbing saya yang terhormat, Ibu Sayekti Indah Kusumawardhany, SE, M.akun dan juga Ibu Erawati Dwi Lestari, M.Hum. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan kesabaran yang Ibu berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap arahan, perhatian, dan dorongan yang Ibu berikan menjadi kekuatan bagi saya untuk terus maju. Nasihat-nasihat Ibu bukan hanya membantu saya menyelesaikan penelitian ini, tetapi juga menjadi pelajaran berharga yang akan saya bawa untuk kehidupan saya ke depan. Terima kasih, Ibu, atas semangat yang tak henti-hentinya diberikan.
6. Kedua kakak iparku, Mas Ahmad Setiawan Khoironi dan Mas Arifin, terima kasih atas segala bantuan, perhatian, dan dukungan finansial yang telah begitu berarti dalam proses ini. Semoga kebaikan kalian dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.
7. Keponakan-keponakanku tersayang, Alma, Taufik, Irsyaad Irfan, Mifta, Rohma, Naura dan Azka. Yang selalu membawa tawa dan kebahagiaan di sela-

sela kelelahan. Terima kasih telah menjadi pelipur lara dan sumber semangat yang tulus.

8. Bagus Prasetyo, seseorang yang senantiasa hadir di setiap langkah perjuangan ini. Terima kasih telah menjadi tempat bersandar ketika lelah, selalu ada di saat aku membutuhkan, serta membantu dengan tulus hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Kehadiranmu adalah bentuk dukungan yang tak ternilai.
9. Sahabat-sahabat terbaikku, Elisa Nur Halimah, Hanifah, dan Nur Hayati yang selalu ada dalam suka maupun duka. Terima kasih atas persahabatan yang tulus, tawa, doa, dan dukungan yang tak pernah surut.

ABSTRAK

AFIFAH SUCI RAHMAWATI, Dosen Pembimbing, SAYEKTI INDAH K., S.E., M.Akun dan ERAWATI DWI LESTARI, M.Hum, Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Azarine (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kediri). *Skripsi*, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2025.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

Sunscreen Azarine merupakan salah satu produk perawatan kulit lokal yang cukup populer di kalangan generasi Z Kota Kediri. Produk ini dikenal dengan kandungan bahan alami, tekstur ringan, serta perlindungan terhadap sinar UV yang cocok untuk iklim tropis. Dalam persaingan industri kecantikan yang semakin ketat, kualitas produk dan promosi menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya dengan baik, sedangkan promosi berperan dalam memperkenalkan produk melalui media sosial, influencer, dan iklan digital yang menarik perhatian konsumen muda. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Azarine pada generasi Z di Kota Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 346 responden generasi Z yang menggunakan *sunscreen* Azarine di Kota Kediri. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai kebutuhan penelitian. Namun, dalam proses pengambilan data di lapangan, peneliti menggunakan teknik sampling insidental, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan dinilai sesuai serta relevan sebagai sumber data. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25, yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji korelasi pearson, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian *sunscreen* Azarine pada generasi Z di Kota Kediri berada pada kategori cukup baik. Selain itu, hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian tergolong sangat kuat dengan nilai korelasi Pearson sebesar 0,915 dan signifikansi 0,000. Sementara itu, hubungan antara promosi dan keputusan pembelian juga tergolong sangat kuat dengan nilai korelasi Pearson sebesar 0,898 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kualitas produk dan promosi memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian dengan nilai R sebesar 0,925. Hasil uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 1,625 + 0,417X_1 + 0,362X_2$. Uji F menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 1022,676 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,856 menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi memengaruhi keputusan pembelian sebesar 85,6%, sedangkan sisanya 14,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen* Azarine (Studi Kasus pada generasi Z di Kota Kediri)” dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I, M.Hum., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
4. Ibu Sayekti Indah Kusumawardhany, SE, M.Akun, selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Erawati Dwi Lestari, M.Hum, selaku dosen pembimbing II, yang telah dengan sabar dan penuh ketulusan memberikan arahan, bimbingan, waktu, tenaga, serta dukungan kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pelayanan terbaik selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga besar, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tiada henti kepada peneliti.

7. Seluruh teman seperjuangan mahasiswa angkatan 2021, terutama Iha dan Dita yang telah memberikan semangat, kebersamaan, bantuan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Para generasi Z di Kota Kediri yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini serta memberikan kontribusi penting bagi penyelesaian tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, namun telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, serta memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi syariah.

Kediri, 17 November 2025

Afifah Suci Rahmawati

21401089

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Penelitian Terdahulu	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	22
A. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	22
B. Kualitas Produk.....	26
C. Promosi	30
D. Keputusan pembelian.....	33
E. Kerangka Konseptual.....	37
F. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	43

D. Variabel Penelitian.....	47
E. Definisi Operasional	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	49
G. Instrumen Penelitian	51
H. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
B. Deskripsi Responden	70
C. Deskripsi Data.....	72
D. Analisis Data.....	76
BAB V HASIL PENELITIAN.....	95
A. Kualitas Produk <i>Sunscreen</i> Azarine Pada Generasi Z Kota Kediri	95
B. Promosi Pada <i>Sunscreen</i> Azarine Pada Generasi Z Kota Kediri.....	102
C. Keputusan Pembelian <i>Sunscreen</i> Azarine Pada Generasi Z Kota Kediri	
107	
D. Pengaruh Kualitas Produk <i>Sunscreen</i> Azarine Pada Generasi Z Kota	
Kediri	112
E. Pengaruh Promosi <i>Sunscreen</i> Azarine Pada Generasi Z Kota Kediri....	115
F. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi <i>Sunscreen</i> Azarine Pada	
Generasi Z Kota Kediri.....	117
BAB VI PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah IKM (Industri Kecil Menengah) Kosmetik Di Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Tren Produk Kecantikan Berdasarkan Nilai Penjualan.....	3
Tabel 1. 3 Jumlah Penduduk di Kota Kediri (Ribu Jiwa)	5
Tabel 1. 4 10 Merk Sunscreen Dengan Pangsa Pasar Terbesar Di Shopee Tahun 2025.....	7
Tabel 1. 5 Data Sunscreen Yang Digunakan Oleh Generasi Z Kota Kediri.....	9
Tabel 1. 6 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sunscreen Azarine Pada Generasi Z Di Kota Kediri	11
Tabel 3. 1 Jumlah Penduduk di Kota Kediri Berdasarkan Kecamatan Menurut Data BPS 2024	44
Tabel 3. 2 Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Kediri (Ribu Jiwa).....	44
Tabel 3. 3 Tabel Isaac dan Michael	46
Tabel 3. 4 Tabel Skala Likert.....	52
Tabel 3. 5 Kategorisasi Skala Uji Deskriptif	55
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	71
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	72
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	73
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	73
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1).....	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas Promosi (X1)	75
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (X1).....	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	76
Tabel 4. 10 Kategori Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Deskriptif Kategori Variabel Kualitas Produk (X1).....	78
Tabel 4. 12 Kategori Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2).....	79
Tabel 4. 13 Hasil Uji Deskriptif Kategori Variabel Promosi (X2)	79
Tabel 4. 14 Kategori Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Deskriptif Kategori Variabel Keputusan Pembelian	81

Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	85
Tabel 4. 19 Hasil Uji Autokorelasi	86
Tabel 4. 20 Hasil Uji Korelasi Pearson.....	88
Tabel 4. 21 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	89
Tabel 4. 22 Hasil Uji F	91
Tabel 4. 23 Hasil Uji T.....	92
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94
Tabel 5. 1 Hasil Kategorisasi Indikator Kinerja (<i>Performance</i>).....	96
Tabel 5. 2 Hasil Kategorisasi Indikator Fitur (<i>Features</i>).....	97
Tabel 5. 3 Hasil Kategorisasi Indikator Keandalan (<i>Reliability</i>)	98
Tabel 5. 4 Hasil Kategorisasi Indikator Daya Tahan (<i>Durability</i>).....	99
Tabel 5. 5 Hasil Kategorisasi Indikator Kesesuaian dengan Spesifikasi	99
Tabel 5. 6 Hasil Kategorisasi Indikator Estetika (<i>Aesthetics</i>).....	100
Tabel 5. 7 Hasil Kategorisasi Indikator Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	101
Tabel 5. 8 Hasil Kategorisasi Indikator Periklanan (<i>Advertising</i>)	103
Tabel 5. 9 Hasil Kategorisasi Indikator Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>)..	104
Tabel 5. 10 Hasil Kategorisasi Indikator Penjualan personal (<i>Personal selling</i>)	105
Tabel 5. 11 Hasil Kategorisasi Indikator Publisitas (<i>Publicity</i>).....	105
Tabel 5. 12 Hasil Kategorisasi Indikator Pemasaran langsung (<i>Direct marketing</i>)	106
Tabel 5. 13 Hasil Kategorisasi Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	108
Tabel 5. 14 Hasil Kategorisasi Indikator Pencarian Informasi	109
Tabel 5. 15 Hasil Kategorisasi Indikator Evaluasi Alternatif	110
Tabel 5. 16 Hasil Kategorisasi Indikator Evaluasi Alternatif	110
Tabel 5. 17 Hasil Kategorisasi Indikator Perilaku Pasca Pembelian	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Penjualan Produk FMCG di E-Commerce Indonesia	2
Gambar 4. 1 Logo Azarine.....	63
Gambar 4. 2 Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel SPF 45 PA++++	66
Gambar 4. 3 Azarine Calm My Acne Sunscreen Moisturizer SPF 35 PA+++	66
Gambar 4. 4 Azarine Cicamide Barrier Sunscreen Moisturizer SPF 35 PA+++ ..	67
Gambar 4. 5 Azarine Hydramax C Sunscreen Serum SPF 50 PA++++	68
Gambar 4. 6 Azarine Tone Up Mineral Sunscreen Serum SPF 50 PA++++	68
Gambar 4. 7 Azarine Ceraspray Sunscreen Spray SPF 50 PA+++	69
Gambar 4. 8 Azarine Invisipore Primer Sunscreen SPF 50 PA++++	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	142
Lampiran 3 Hasil Uji Reabilitas.....	145
Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif	145
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	146
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	148
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	148
Lampiran 8 Hasil Kategorisasi Variabel	149
Lampiran 9 Tabel Uji R	152
Lampiran 10 Tabel Pedoman Penentuan Jumlah Sampel (Issac dan Miachel) ...	153
Lampiran 11 Data Hasil Kuesioner.....	153
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	180