

**PENGARUH CITRA TOKO, KUALITAS PELAYANAN DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* PADA TOKO
NATURE REPUBLIC PALEMBANG ICON**

Diajukan Oleh:

MIRA DEWI

NPM.17.01.11.05.60



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2021

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mira Dewi
Nomor Pokok : 17.01.11.05.60
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1(S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Sumber Daya Manusia
Judul Proposal : Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Toko Nature Republic Palembang Icon

Pembimbing Skripsi

Tanggal 20/10/21.....Pembimbing I : Dr. Djatmiko Noviantoro,SE,M.Si
NIDN : 0110117204



Tanggal 25-10-21.....Pembimbing II : Herman Efrizal,SE,MM
NIDN : 0202066602

31724/PS/DFE/21

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi




Dr. Msy. Mikhal,SE,M.Si,Ak,CA,CSRS
NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah,SE,M.M
NIDN : 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mira Dewi
Nomor Pokok : 17.01.11.05.60
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1(S.1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Sumber Daya Manusia
Judul Proposal : Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Toko Nature Republic Palembang Icon

Penguji Skripsi :

Tanggal 28/10/21 Ketua Penguji : **Dr. Djatmiko Noviantoro,SE,M.Si**
NIDN: 0110117204

Tanggal 3-11-21 Penguji I : **Herman Efrizal,SE.,MM**
NIDN :0202066602

Tanggal 4-11-21 Penguji II : **Dwi Riana, SE, M.AB**
NIDN.1220109001

317 / PS / DFE / 21

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Msy. Mikial,SE,Msi,Ak,CA,CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Prodi Manajemen,

Mariyam Zanariah, SE,MM
NIDN. 0222096301

MOTTO dan Persembahan :

“Jangan Memandang orang dari status dan hartanya, karna sepatu emas Firaun ada di Neraka. Sedangkan sandal jepit bilal bin rabah terdapat di Surga Wallahu a’lam.”

Kupersembahkan Kepada :

- ❖ Allah SWT
- ❖ Umak dan Bapak Tercinta
- ❖ Kakaku dan Adikku yang
tercinta
- ❖ Sahabat-sahabatku
- ❖ Serta Almamater yang
kubanggakan

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mira Dewi

Nomor Pokok : 1701110560

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan tempat terhadap keputusan pembelian *skincare* pada toko nature republic Palembang icon

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi di kemudian hari dan segala konsekuensinya.

Palembang, September 2021



Mira Dewi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ku persembahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-NYA semata sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Toko Nature Republic Palembang Icon ". Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

Peneliti menyadari penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Manisah, M.P. selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Masayu Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti. Palembang.
3. Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro,SE,M.Si selaku dosen pembimbing utama telah memberi bimbingan selama masa penelitian.
4. Bapak Herman Efrizal,SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian.
5. Pimpinan serta staff Toko Nature Republic Palembang Icon telah bersedia memberikan data dan kesempatan tempat untuk melakukan penelitian.
6. Kedua orang tua ku tercinta, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta termotivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Untuk calon imam ku, terima kasih telah memberi ku semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman ku, terimakasih atas dukungan, semangat, pengalaman selama kuliah. Semoga tali silaturahmi kita terus terjalin dan semoga kita menjadi orang yang sukses.
9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian dan Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikan skripsi ini.

Akhir kata dengan segenap kerendahan hati, peneliti mengharapkan skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaca, akhir kata saya ucapkan Wassalamualaikum wr.wb.

Palembang, 2021

Peneliti

(Mira Dewi)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoristis	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.3 Citra Toko	14
2.1.3.1 Pengertian Citra Toko	14
2.1.3.2 Komponen Pembentukan Citra Toko	15
2.1.3.3 Dimensi Citra Toko.....	16
2.1.3.4 Indikator Citra Toko.....	17
2.1.4 Kualitas Pelayanan	19
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.1.5 Tempat.....	24
2.1.5.1 Pengertian Tempat	24
2.1.5.2 Dimensi Tempat.....	24

2.1.5.3 Indikator Tempat.....	25
2.1.6 Keputusan Pembelian.. ..	26
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.1.6.2 faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	27
2.1.6.3 Dimensi Dan Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan.....	32
2.3 Kerangka Berfikir.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.1.1 Tempat.....	36
3.1.2 Waktu Penelitian	36
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.2.1 Sumber Data.....	36
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3 Populasi,Sampel dan Sampling.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Variabel dan Definisi Operasional.....	39
3.4.1 Variabel	39
3.4.2 Definisi Operasional ..	40
3.5 Instrumen Penelitian.....	41
3.5.1 Uji Validasi	42
3.5.2 Uji Reliabilitas	42
3.6 Teknik Analisa Data.....	43
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.6.2 Uji Normalitas Data	45
3.7 Uji Hipotesis Statistik	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN5	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	50
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	51

4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	52
4.1.3	Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	52
4.1.4	Kegiatan Perusahaan	55
4.2	Pembahasan	56
4.2.1	Deskriptif Profil Responden.....	56
4.2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	56
4.2.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.3	Analisis Data dan Pembahasan	58
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	58
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	61
4.3.3	Analisis Deskriptif Data	62
4.3.4	Uji Korelasi	66
4.4	Analisis regresi linier berganda.....	67
4.4.1	Koefesien Determinasi (R ²).....	69
4.5	Pengujian Hipotesis.....	70
4.5.1	Uji F	70
4.5.2	Hasil Uji T.....	71
4.6	Analisis Hubungan Antar Variabel	73
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Penjualan <i>Skincare</i> Toko Nature Republic	6
3.1 Kegiatan Penelitian	36
3.2 Operasional Variabel.....	40
3.5 Skala Likert	42
3.6 Interval Koefisien	45
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Toko (X_1).....	59
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	59
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Tempat (X_3).....	60
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.9 Distribusi Variabel Citra Toko.....	63
4.10 Distribusi Variabel Kualitas Pelayanan	64
4.11 Distribusi Variabel Tempat.....	65
4.12 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	66
4.13 Korelasi antara dimensi Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.14 Hasil uji koefisien regresi variabel Dimensi citra toko (X_1), Kualitas	

Pelayanan (X2), Tempat (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.15 Uji Determinasi	70
4.16 Uji Simultan	71
4.17 Uji Parsial.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.3 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	52

ABSTRAK

MIRA DEWI, Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Toko Nature Republic Palembang Icon. (Dibawah bimbingan Bapak Dr. Djatmiko Noviantoro,SE,M.Si dan Bapak Herman Efrizal,SE.,MM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Toko Nature Republic Palembang Icon. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Nature Republic Palembang Icon sebanyak 100 konsumen dengan sampel penelitian sebanyak 58 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan tempat terhadap keputusan pembelian Toko Nature Republic Palembang Icon. Dengan signifikan F sebesar $0,000 < 0,005$. Persamaan regresi linier berganda $Y = 5,595 + (0,369) X_1 + 0,324 X_2 + 0,132 X_3 + e$ pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian Toko Nature Republic Palembang Icon. $0,001 < 0,005$, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Toko Nature Republic Palembang Icon. dengan nilai signifikan sebesar $0,009 < 0,005$. Terdapat pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian Toko Nature Republic Palembang Icon. dengan nilai signifikan sebesar $0,031 < 0,005$. Toko Nature Republic Palembang Icon meningkatkan pelayanan kepada konsumen, Melakukan upaya-upaya pendekatan dan pemahaman kepada calon konsumen mengenai *Skincare* agar dapat membantu konsumen melakukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan terhadap produk yang ditawarkan.

Kata Kunci : Citra Toko, Kualitas Pelayanan, Tempat dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

MIRA DEWI, The Effect of Store Image, Service Quality and Place on *Skincare* Purchase Decisions at Nature Republic Palembang Icon Store. (Under the guidance of Mr. Dr. Djatmiko Noviantoro, SE, M.Si and Mr. Herman Efrizal, SE., MM).

This study aims to determine whether there is an influence of store image, service quality and place on *Skincare* purchasing decisions at the Nature Republic Palembang Icon store. The population in this study were all consumers of the Nature Republic Palembang Icon Shop as many as 100 consumers with a research sample of 58 respondents. The analysis technique used is multiple linear analysis which is processed using the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) computer program version 24.

The results showed that there was an influence of store image, service quality and place on purchasing decisions at Nature Republic Palembang Icon Store. With a significant F of $0.000 < 0.005$. Multiple linear regression equation $Y = 5.595 + (0.369) X_1 + 0,324 X_2 + 0,132 X_3 + e$ the influence of store image on purchasing decisions of Nature Republic Palembang Icon Stores. $0.001 < 0.005$, There is an influence of service quality on the purchase decision of the Nature Republic Palembang Icon Store. with a significant value of $0.009 < 0.005$. There is an influence of place on the purchase decision of the Nature Republic Palembang Icon Store. with a significant value of $0.031 < 0.005$. Nature Republic Palembang Icon store improves service to consumers, Makes efforts to approach and understand prospective consumers about *Skincare* so that they can help consumers make purchasing decisions according to the needs and desires of the products offered.

Keywords: Store Image, Service Quality, Place and Purchase Decision

RIWAYAT HIDUP

MANDAYANI, dilahirkan di Peninjauan pada tanggal 06 Agustus 1997 dari bapak Madrawi dan Ibu Saryati anak kelima dari enam bersaudara. Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2010 di SD Negeri 178 OKU, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2013 di SMP Negeri 6 OKU, Sekolah Menengah Kejuruan diselesaikan pada tahun 2017 di SMK Negeri 2 Prabumulih. Pada tahun 2017 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini kemajuan dalam dunia usaha sudah sangat meningkat dan juga membawa dampak positif dalam bidang usaha industri dan jasa karena sangat berperan penting dalam perekonomian saat ini, dimana jika perekonomian meningkat dapat membuat sebuah perubahan-perubahan yang berarti untuk masyarakat terutama dalam bidang ekonomi. Karena nantinya dalam sebuah industri jasa atau dagang para masyarakat dapat mengembangkan perekonomian yang telah ada menjadi lebih luas dan menjanjikan.

Dapat dilihat bahwa sesuatu dengan perkembangan zaman banyak sekali usaha yang bermunculan contohnya usaha toko atau ritel, sebuah usaha ritel memang usaha yang sangat bersaing. Hal ini memang menjadi sebuah acuan untuk pemilik perusahaan harus dapat mengembangkan usaha dengan cara memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu untuk mendapatkan perhatian tersendiri dari para masyarakat ataupun para konsumen. Banyak perusahaan yang ingin memenangkan persaingan pasti dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada serta berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat bertujuan untuk menguasai pasar.

Sebuah usaha yang harus mendapatkan penanganan khusus dibanding usaha ritel yang lain adalah sebuah toko kosmetik, toko kosmetik adalah usaha yang harus benar-benar membutuhkan keahlian khusus dan pada zaman sekarang usaha tersebut sudah banyak yang mendirikan maka dari itu daya saing akan semakin

tinggi pastinya pelaku usaha harus meningkatkan kinerja, kualitas pelayanan ataupun tempat yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Termasuk juga toko Nature Republic disini telah menarik perhatian para konsumen karena mempunyai kelebihan dibanding toko lainya. Toko Nature Republic berdiri bukan tanpa pesaing namun toko Nature Republic mempunyai kelebihan-kelebihan tersendiri. Disini dapat dilihat disekitar toko Nature Republic terdapat pesaing contohnya toko *The Body Shop*, toko *Guardian* dan *L'occitane* semua berada di Palembang *Icon Mall*. Namun dibandingkan toko lain Nature Republic tetap menjadi pilihan meskipun tergolong toko baru karena selain tempat berada di lantai dasar Palembang *Icon Mall* toko tersebut telah mampu mencuri citra toko yang baik dan meskipun tenaga kerja tidak sebanyak pesaing namun karyawan toko Nature Republic sangat ramah, cepat dan tetap dalam memberi pelayanan maupun informasi tentang produk dengan baik serta tempat yang dinilai lebih nyaman dibanding yang lain.

Kemampuan dalam bersaing memang tidak hanya didasari pada keahlian dan kemampuan melakukan kinerja secara kompetitif pelaku usaha harus mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tugas pemasar adalah memahami perilaku pada setiap tahap keputusan pembelian. Setiap orang lain, faktor situasional yang tidak diantisipasi dan resiko anggapan semuanya mempengaruhi keputusan untuk membeli dan juga tingkat kepuasan produk pasca pembelian konsumen, pemakai, penyingkir dan tindakan dari pihak perusahaan.

Untuk memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian pelaku usaha harus mengidentifikasi siapa saja yang mengambil keputusan dan mempunyai masukan dalam keputusan pembelian seperti: orang bisa menjadi pemicu, pihak yang mempengaruhi, pengambil keputusan, pembeli atau pengguna. Hal tersebut berkaitan dengan faktor-faktor lain yang bisa menjadi pemicu seseorang konsumen melakukan keputusan pembelian contohnya: citra toko, kualitas pelayanan dan tempat.

Dapat dijelaskan mengenai citra toko itu sendiri karena pada dasarnya citra toko akan sangat mempengaruhi pemikiran para konsumen karena baik buruknya sebuah toko akan dinilai dari citra toko tersebut. Sebuah toko memang memiliki kepribadian bahkan beberapa memiliki citra toko yang sangat jelas didalam bentak konsumen. Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Olson citra toko adalah pandangan konsumen pada umumnya hal ini mencakup persepsi dan sikap berdasarkan sensasi stimulus terkait toko yang diterima oleh kelima indra konsumen. Oleh karena itu peritel harus mampu mengetahui dan merancang apa yang diinginkan, dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tersebut. Maka toko sangat perlu menerapkan citra toko yang baik kepada para konsumen agar konsumen yakin akan pada toko yang dapat dipercaya.

Selain citra toko ada kualitas pelayanan yang juga mempengaruhi sebuah keputusan pembelian. Pelanggan dalam menentukan kualitas pelayanan tidak hanya berdasarkan pada hasil suatu pelayanan tersebut akan tetapi memperhatikan proses pemberian pelayanan yang dilakukan. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan, oleh karena itu perusahaan

harus berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memenuhi bahkan melampaui kebutuhan pelanggan sehingga selalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2012:260) mengatakan bahwa kualitas pelayanan atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Sehingga pelanggan merasa telah mendapatkan pelayanan yang seperti konsumen harapkan, kualitas pelayanan dalam toko dapat meliputi penataan barang, kemudian dalam proses pengambilan barang, penyerahan kepada konsumen ketika membeli dan bahkan setelah pelayanan berakhir merupakan pertimbangan yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian didalam toko. Semakin baik kualitas pelayanan maka konsumen dapat kembali untuk melakukan pembelian ulang.

Kemudian faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah tempat. Tempat juga sangat berdominan menjadi bahan pertimbangan hal yang membuat konsumen berpengaruh untuk melakukan sebuah pembelian. Karena konsumen akan memutuskan suatu transaksi pembelian jika dirasakan tempat yang nyaman sesuai dengan yang konsumen harapkan. Menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Olson tempat adalah aspek penting dari strategi saluran. Lokasi yang bagus memudahkan akses ke toko, menarik banyak konsumen, dan dapat mengubah pola belanja konsumen secara signifikan.

Salah satu contohnya yaitu toko Nature Republic yang merupakan salah satu toko yang ada di Palembang Icon yang dapat memberikan kemudahan bagi para

konsumen. Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen berbeda setiap antar individu sehingga mengharuskan toko lebih meningkatkan kinerja serta memberikan kesan yang terbaik bagi pelanggan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumen, karena jika suatu pelayanan itu dapat di nilai berkualitas maka citra toko yang ada di toko akan meningkat sesuai dengan kinerja yang ada ditoko Nature Republic, bukan hanya kualitas pelayanan atau pun citra toko sebuah penentuan tempat juga berpengaruh besar pada keputusan pembelian konsumen. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi sebuah penurunan sebuah *image* toko yang buruk ataupun pelayanan yang buruk maka dari itu perlunya peningkatan hal-hal yang telah dijelaskan diatas.

Toko nature republic setiap harinya mempunyai cukup banyak pelanggan yang datang untuk membeli *skin care*, rata-rata konsumen yang membeli produk *Skincare* di toko tersebut kurang lebih 80 transaksi pelanggan perharinya, *Skincare* yang telah terjual itu berbeda-beda produk *Skincare* atau jenis kebutuhan kulit pelanggan namun dalam satu *brand* yaitu Nature Republic.

Tabel 1.1
Penjualan *Skincare* Toko Nature Republic Tahun 2020

Bulan	Penjualan	Target	Achivment
Januari	Rp. 270.030.500	Rp. 250.000.000	108%
Februari	Rp.284.102.002	Rp. 250.000.000	113%
Maret	Rp.150.002.900	Rp.200.000.000	75%
April	Rp.112.021.800	Rp. 200.000.000	56%
Mei	Rp.121.010.110	Rp. 200.000.000	60%
Juni	Rp.102.450.002	Rp.200.000.000	51%
Juli	Rp.132.790.000	Rp. 200.000.000	66%
Agustus	Rp.156.040.040	Rp.200.000.000	78%
September	Rp.145.004.000	Rp.200.000.000	72%
Oktober	Rp.147.020.100	Rp.200.000.000	73%
November	Rp.225.324.001	Rp.200.000.000	112%
Desember	Rp. 263.504.900	Rp. 250.000.000	105%

Berdasarkan tabel 1.1 toko Nature Republic Palembang mengalami penjualan *Skincare* yang bervariasi, akan tetapi pada bulan November sampai Desember mengalami peningkatan yang cukup memuaskan dikarenakan bulan November dan Desember merupakan hari Natal dan Tahun Baru. Oleh karenanya konsumen memerlukan perawatan untuk mempercantik diri ataupun untuk bepergian berlibur dan untuk kado dihari Natal.

Toko Nature Republic saat ini memiliki banyak 20 *outlet*. Kedepannya jumlah jaringan toko Nature Republic pun akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan bisnis, serta untuk memenuhi kebutuhan seluruh pelanggan Nature Republic serta memberi kemudahan bagi calon pembeli.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Toko Nature Republic Palembang Icon.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah dalam bentuk pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah citra toko, kualitas pelayanan, dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic?
2. Apakah citra toko dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic
3. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic?
4. Apakah tempat dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis "Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Toko Nature Republic Palembang Icon" adalah:

1. Untuk mengetahui citra toko, kualitas pelayanan, dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic
2. Untuk mengetahui citra toko dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic

3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic
4. Untuk mengetahui tempat dapat mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic

1.4 Manfaat Penelitian

Selain tujuan, penulisan skripsi ini juga memiliki manfaat penelitian, antara lain:

1. Akademis

Agar dapat memperkaya penelitian mengenai pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan tempat terhadap keputusan pembeliin *Skincare* pada toko Nature Republic Palembang Icon, diharapkan dapat memberi masukan dalam pengembangan kemajuan Toko Nature Republic Palembang Icon

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan Tempat Terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic Palembang Icon

3. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap permasalahan pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan tempat terhadap keputusan pembelian *Skincare* pada toko Nature Republic Palembang Icon.

DAFTAR TUSTAKA

Arikunto, Suharsimi 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:

Rineka Cipta

Ghozali, Imam 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip. dan Garry Amrstrong 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1

Edisi 12, Penerbit Erlangga

Riduwan, 2015 *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung.

Alfabeta

Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: CV. Andi Offset, Yogyakarta

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Siregar, Syofian 2013. *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar

Interpratama Mandiri

Suwarman, Ujang 2011. *Perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam*

pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia

Herdiansyah, Haris 2011. *kualitas pelayanan publik*, Yogyakarta: Gaya Media

Soebagyo, Tommy. dan Subagio, Hartono 2016 “*Analisa Pengaruh Store Image*

Terhadap Purchase Intention di Toserba “Ramai” Ngawi” Jurnal

Manajemen Pemasaran, Vol. 2 No. 2 (2014). 12 Oktober

Sopiah dan Syihabudhin 2017. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV. Andi

Tjiptono, Fandy 2011. *Service manajement mewujudkan layanan prima*. Edisi 2.

Yogyakarta: Andi