

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty*. Journal of Marketing, 65(2), 81-93.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4th ed.)*. Pearson.
- (Dr. Pahmi, SE., M. S. 2024). (2021). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
- Elliyana, E., Lidiana, Agustina, T. S., Sedyoningsih, Y., Kadir, H., Abdurohim, Imanuddin, B., Ardyana, E. E., Yuliani, Marlinah, L., MOHDARI, H., & GAZALI, H. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (4th ed.)*. Pearson.
- Kompas. (2023). Industri kosmetik Indonesia tumbuh 10-15 persen per tahun. Kompas.com. <https://www.kompas.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*.
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior (11th ed.)*. Pearson.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian. Pendekatan Kuantitatif, Pendekatan Kualitatif, & R&D (Vol. 4)*.

L

A

M

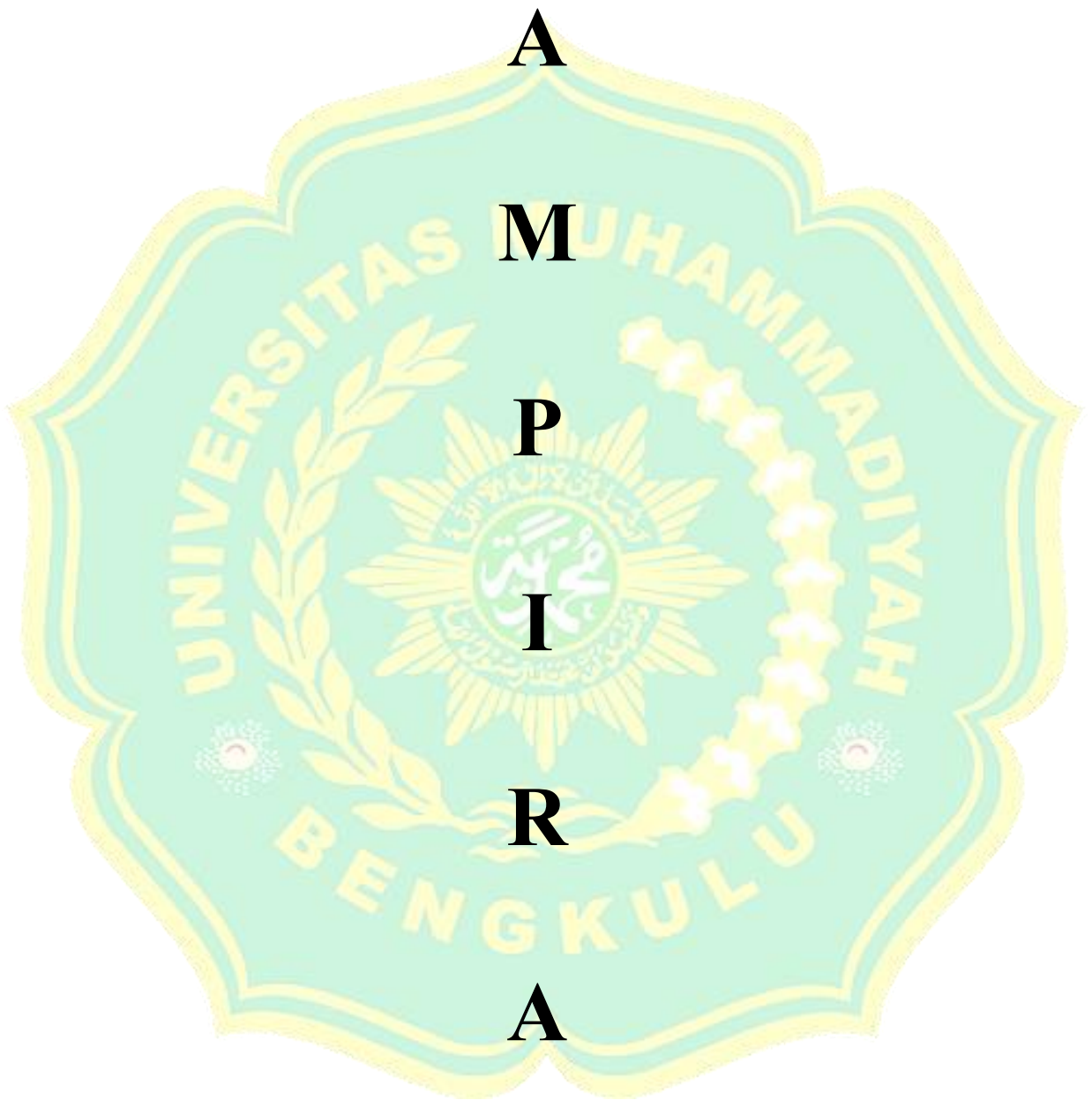
P

I

R

A

N



LAMPIRAN 1: PEDOMAN WAWANCARA UMUM

Pedoman Wawancara untuk Supervisor Marketing

Tujuan: Menggali informasi tentang strategi pemasaran produk Emina di Toko MyLova Bengkulu.

- A. Strategi Membangun Kepercayaan Merek
 1. Bagaimana strategi Toko MyLova Bengkulu dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk Emina?
 2. Apa saja program atau kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan merek Emina?
 3. Bagaimana toko memastikan kualitas produk Emina yang dijual tetap terjaga?
 4. Bagaimana toko menanggapi keluhan atau pertanyaan konsumen tentang produk Emina?
 5. Menurut Anda, apa yang menjadi keunggulan produk Emina dibandingkan merek kosmetik lainnya?
- B. Strategi yang Mempengaruhi Minat Beli
 1. Menurut pengalaman Anda, apa saja yang biasanya menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli produk Emina?
 2. Bagaimana toko menanggapi tren kosmetik yang berkembang di kalangan konsumen?
 3. Strategi apa yang dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Emina?
- C. Hambatan dan Upaya
 1. Apa saja hambatan yang dihadapi toko dalam membangun kepercayaan merek produk Emina?
 2. Bagaimana toko menghadapi persaingan dengan merek kosmetik lain?
 3. Upaya apa yang dilakukan toko untuk meningkatkan penjualan produk Emina?

Pedoman Wawancara untuk Beauty Advisor

Tujuan: Menggali informasi tentang interaksi dengan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Emina.

- A. Pengalaman Interaksi dengan Konsumen
 1. Bagaimana pengalaman Anda dalam melayani konsumen yang tertarik dengan produk Emina?
 2. Pertanyaan apa yang paling sering diajukan konsumen tentang produk Emina?

3. Menurut pengalaman Anda, apa yang membuat konsumen tertarik membeli produk Emina?
- B. Strategi yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek
 1. Menurut Anda, apa yang membuat konsumen percaya terhadap produk Emina?
 2. Apakah konsumen sering membandingkan produk Emina dengan merek lain? Jika ya, apa yang biasanya mereka bandingkan?
 3. Bagaimana tanggapan konsumen setelah menggunakan produk Emina?
- C. Strategi yang Mempengaruhi Minat Beli
 1. Menurut pengalaman Anda, faktor apa yang paling mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Emina?
 2. Apakah tampilan produk Emina di toko mempengaruhi minat konsumen?
 3. Bagaimana cara Anda meyakinkan konsumen untuk membeli produk Emina?
- D. Hambatan dan Upaya
 1. Hambatan apa yang paling sering Anda temui saat menawarkan produk Emina?
 2. Upaya apa yang Anda lakukan untuk mengatasi hambatan tersebut?

Pedoman Wawancara untuk Konsumen

Tujuan: Menggali informasi tentang persepsi konsumen terhadap produk Emina dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan merek dan minat beli.

1. Pengalaman menggunakan produk emina
"Kak, boleh ceritakan pengalaman Kakak menggunakan produk Emina? Produk apa saja yang sudah pernah Kakak pakai? Bagaimana hasilnya? Dan apa yang awalnya membuat Kakak tertarik untuk mencoba?"
2. Strategi yang mempengaruhi kepercayaan merek
"Menurut Kakak, apa yang membuat produk Emina bisa dipercaya? Apakah Kakak memperhatikan izin BPOM sebelum membeli? Dan apa saja yang mempengaruhi kepercayaan Kakak terhadap produk Emina?"
3. Strategi yang mempengaruhi minat beli
"Faktor apa yang paling mempengaruhi minat Kakak membeli produk Emina? Apakah harga menjadi pertimbangan utama? Dan seberapa besar pengaruh rekomendasi dari teman terhadap keputusan Kakak untuk membeli?"
4. Evaluasi terhadap toko mylova bengkulu

"Mengapa Kakak memilih membeli produk Emina di Toko mylova Bengkulu? Bagaimana pelayanan yang Kakak terima di sini? Dan apa saran Kakak untuk meningkatkan pelayanan toko agar lebih menarik konsumen?"



LAMPIRAN 2: TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

LAMPIRAN 2: TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

INTERVIEWEE: SUPERVISOR MARKETING (SM)

Strategi Membangun Kepercayaan Merek

1. Bagaimana strategi Toko MyLova mempengaruhi pake konsumen produk merek dan rentak?
Kami fokus di kepuasan pelanggan, jamin keaslian barang dari distributor resmi Paragon, sediakan tester, dan 'Beauty Advisor' (BA) dilatih berikan info lengkap dan jujur ke konsumen muda tentang keamanan produk.
2. Apa saja program rutin buat BA, 'keamanan, dan edukasi pakar produk Emina?
Sesi 'Product Knowledge' rutin buat BA, info keamanan, dan edukasi cara pake produk Emina.
3. Bagaimana toko memastikan bato mempengaruhi yaka kemastikan iosiasi stoh?
Sistem kontrol stok ketat, pastikan no-batch valid & 'expired date' jough.
4. Bagaimana toko menangani keluhan dan troka solusi menanggapi jelas info akurat?
Proses cepat, BA tangani di tempat atau SM jika perlu, berikan solusi jelas dan info akurat.

CS Dipindai dengan CamScanner

INTERVIEWEE: SUPERVISOR MARKETING (SM) continued

Hambatan dan Upaya

1. Apa saja hambatan produk paru persaingan kealian yang 'overclaim'?
Keraguan keaslian produk dan persaingan ketat merk viral yang 'overclaim'.
2. Bagaimana toko menghadapi persaingan dan hambatan menghadapi produk emina?
Fokus di keunggulan Emina (jamin BPOM, Paragon, harga Gen Z), BA aktif prome, dan ikuti tren stok produk viral.

INTERVIEWEE: BEAUTY ADVISOR (BA)

1. Bagaimana pengalaman Anda interaktif penguatnang influen dan soukasil yang produk pake?
Interaktif dan edukatif. Konsumen muda kritis, tangka keamanan & hasil pake. Saka pake tester dulu.

Faktor Kepercayaan Merek

1. Menurut Anda, apa yang membuat faktor comesan merek?
Inin BPOM yang jelas, kandungan aman Gen Z, info 'non-comedogenic', dan 'review' positif teman.

Minat Beli

1. Menurut pengalaman Anda, faktor minat beli, olan valid soal hasil pake.
Harga murah, kemasan 'pinkiky lucu', dan info

CS Dipindai dengan CamScanner

LAMPIRAN 2: TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Hambatan dan Upaya

INTERVIEWEE: KONSUMEN 1 (K1)

1. Apakah Anda pernah menggunakan faktor kepercayaan merek?
Pake 'skin care' & 'make-up' Emina, toner, sunscreen, lip cream.
2. Bagaimana pengalaman Anda cocok di kulit, dan harga ramah anda?
Cocok di kulit, cerah, tidak iritasi, harga terjangkau.
3. Apa yang membuat Anda suka kemash anda?
Suka kemasan lucu dan harga ramah Gen Z.

Faktor Kepercayaan

1. Menurut Anda, apa yang membuat faktor kepercayaan?
Tanda BPOM, logo Paragon, dan info keamanan.

INTERVIEWEE: KONSUMEN 2 (K2)

1. Apa yang membuat Anda nempengnamaat Anda?
Harga murah, 'look' kemasan cantik, dan rekomendasi teman.

CS Dipindai dengan CamScanner

1. Apa yang membuat Anda pake tester, jelasin info cara pake yang benar?
Harga murah, 'look' kemasan cantik, dan rekomendasi teman.

INTERVIEWEE: KONSUMEN 2 (K2)

Faktor Kepercayaan

1. Menurut Anda, apa yang membuat faktor kepercayaan?
BPOM, info 'review' Gen Z di medoss, logo Wardah (sato perusahaan).
2. Apa yang mempengaruhi faktor kepercayaan?
Review positif di Instagram/TikTok & rekomendasi teman.

Minat Beli

1. Faktor apa yang paling kemas minat beli?
Harga dan kemasan cantik.

Evaluasi Toko

1. Mengapa Anda memilih lokasi samah di MyLova?
Lokasi strategis, stok lengkap, dan BA ramah di MyLova Bengkulu.

CATATAN: TRANSKRIP DIATAS ADALAH HASIL REVISI PERTANYAAN TERBARU

CS Dipindai dengan CamScanner

LAMPIRAN 3: DOKUMENTASI PADA SAAT WAWANCARA DENGAN KE-6 INFORMAN



Dokumentasi konsumen



Dokumentasi konsumen



Dokumentasi konsumen



Dokumentasi Supervisor *Marketing*

LAMPIRAN 4: DOKUMENTASI TOKO MYLOVA BENGKULU DAN BOOTH EM



LAMPIRAN 5: SURAT IZIN PENELITIAN DAN SURAT BALASAN