

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN MASKER WAJAH UNTUK  
KULIT BERMINYAK**

**(Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri  
Jakarta Tahun Angkatan 2020 – 2021)**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**TASYAVANI RIZQYA SALSABILLA**

**1516619064**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2020 – 2021)  
Penyusun : Tasyavani Rizqya Salsabilla  
NIM : 1516619064

Disetujui oleh:

**Pembimbing I,**



dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak

NIP. 196810231998022004

**Pembimbing II,**



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi  
A.S.Si., Apt., M.Si

NIP. 197202292005012005

**Mengetahui,**  
**Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias**



Nurul Nidayah, M.Pd  
NIP. 198309272008122001

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2020 – 2021)  
Penyusun : Tasyavani Rizqya Salsabilla  
NIM : 1516619064  
Tanggal Ujian : 22 Januari 2024

Disetujui oleh:

**Pembimbing I,**



dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak

NIP. 196810231998022004

**Pembimbing II,**



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi  
A.S.Si., Apt., M.Si

NIP. 197202292005012005

**Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:**

**Ketua Penguji,**



Dr. Aniesa Puspa Arum,

M.Pd

NIP.

198802102023212043

**Penguji 1,**



Dr. Jenny Sista Siregar,

M.Hum

NIP.

197203202005012001

**Penguji 2,**



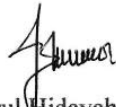
Dr. Dwi Atmanto, M.Si

NIP.

196305211988111001

**Mengetahui,**

**Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias**



Nurul Widayah, M.Pd

NIP. 198309272008122001

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Januari 2024  
Yang membuat pernyataan



Tasyavani Rizqya Salsabilla  
No. Reg. 1516619064



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
**UPT PERPUSTAKAAN**

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tasyavani Rizqya Salsabilla  
NIM : 1516619064  
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Rias  
Alamat email : tasyavani.rizqya@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Tahun Angkatan 2020 – 2021)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Januari 2024

Penulis

(Tasyavani Rizqya Salsabilla )

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta Tahun Angkatan 2020 – 2021)”** guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Tata Rias Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan serta penyelesaian skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
3. Nurul Hidayah, M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik.
4. dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak selaku Dosen Pembimbing Materi yang senantiasa telah meluangkan waktu dan pikiran dalam mengarahkan saya selama penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si selaku Dosen Pembimbing Metodologi yang senantiasa telah meluangkan waktu dan pikiran dalam mengarahkan saya selama penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan kesempatan belajar selama ini.
7. Kedua orang tua tercinta serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa baik, serta dukungan moral ataupun materi.
8. Teman – teman dari prodi Pendidikan Tata Rias 2019 yang senantiasa mendengarkan keluh kesah saya, memberi dukungan, motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Teruntuk pemilik NIM 19B505041160 yang senantiasa mendengarkan keluh kesah saya, memberi dukungan, motivasi, pengingat, dan menemani sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat digunakan untuk menambah informasi

Jakarta, 23 Januari 2024

Penyusun,

(Tasyavani Rizqya Salsabilla)



**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT PEMBELIAN MASKER WAJAH UNTUK KULIT BERMINYAK  
(Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta  
Tahun Angkatan 2020 – 2021)**

**Tasyavani Rizqya Salsabilla**

**Dosen Pembimbing: dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak, dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi  
A,S.Si.,Apt.,M.Si**

**ABSTRAK**

Fokus utama banyak individu, terutama mahasiswi, adalah perawatan kulit demi penampilan dan kesehatan. Tantangan bagi yang berkulit berminyak, adalah mencari produk sesuai kebutuhan perawatan kulit. Masker wajah khusus untuk kulit berminyak memberikan solusi menarik bagi mereka yang menghadapi masalah kelebihan minyak pada kulit. Di era digital saat ini, Instagram telah menjadi platform pemasaran yang sangat berpengaruh, terutama untuk produk kecantikan, termasuk masker wajah. Mahasiswi sebagai konsumen aktif di dunia digital sering terpapar oleh promosi produk kecantikan, termasuk masker wajah di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat pembelian masker wajah kulit berminyak pada mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta tahun angkatan 2020 – 2021. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan uji-t diperoleh nilai signifikansi variabel X dan variabel Y adalah  $0,000 < 0,05$ . Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif antara promosi media sosial Instagram dengan minat pembelian masker wajah kulit berminyak. Pada uji koefisien determinasi didapatkan hasil sebesar 0,935 yang berarti promosi media sosial Instagram berperan sebesar 93,5% pada minat pembelian masker wajah kulit berminyak. Sisanya sebesar 6,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Instagram, Minat Pembelian, Masker Wajah Kulit Berminyak*

***THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA PROMOTION ON THE INTEREST IN PURCHASING FACE MASKS FOR OILY SKIN (Study on Cosmetology Education Students of Jakarta State University Class of 2020 – 2021)***

**Tasyavani Rizqya Salsabilla**

***Supervisor: dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak, and Prof. Dr. Neneng Siti Silfi  
A,S.Si.,Apt.,M.Si***

**ABSTRACT**

*The main focus of many individuals, especially college girls, is skincare for the sake of appearance and health. A common challenge, especially for those with oily skin, is finding products that fit your skincare needs. Special face masks for oily skin provide an interesting solution for those who face the problem of excess oil on the skin. In today's digital age, Instagram has become a very influential marketing platform, especially for beauty products, including face masks. Students as active consumers in the digital world are often exposed to the promotion of beauty products, including face masks on Instagram. This study aims to determine how much influence Instagram social media promotion has on the interest in purchasing face masks for oily skin in Cosmetology Education students of Universitas Negeri Jakarta for the class of 2020 – 2021. This research is quantitative. The results showed that based on the t-test calculation, the significance value of variable X and variable Y was  $0.000 < 0.05$ . So  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted, which means that there is a positive influence between Instagram social media promotion and interest in buying face masks for oily skin. In the coefficient of determination test, a result of 0.935 was obtained, which means that Instagram social media promotion plays a role of 93.5% in the interest in purchasing face masks for oily skin. The remaining 6.5% was influenced by other factors outside the study.*

***Keywords: Social Media, Instagram, Purchase Interest, Oily Skin Face Mask***



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK</b> .....	<b>7</b>
2.1 Deskripsi Konseptual.....	7
2.1.1 Hakikat Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak.....	7
2.1.2 Promosi Media Sosial Instagram .....	18
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....	24
2.3 Kerangka Teoritik .....	25
2.4 Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Tujuan Penelitian .....	28
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Metode Penelitian .....	28
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.5.1 Instrumen Minat Pembelian Masker Wajah Kulit Berminyak (Y).....	30
3.5.2 Instrumen Promosi Media Sosial Instagram (X) .....	34
3.6 Teknik Analisis Data .....	37
3.6.1 Uji Persyaratan Analisis Data.....	37
3.6.2 Uji Hipotesis .....	38
3.7 Hipotesis Statistika .....	39

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskripsi Data .....	40
4.1.1 Karakteristik Data Responden .....	40
4.1.2 Data Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak (Y) ..	41
4.1.3 Data Promosi Media Sosial Instagram (X).....	43
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data .....	44
4.2.1 Uji Normalitas .....	44
4.2.2 Uji Linearitas .....	45
4.3 Pengujian Hipotesis .....	46
4.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	46
4.3.2 Uji t.....	46
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi .....	47
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	49
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Implikasi .....	51
5.3 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
3.1	Jumlah Sampel Berdasarkan Tahun Angkatan	29
3.2	Kisi – kisi Instrumen Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak (Y)	31
3.3	Skor Jawaban Dalam Skala Likert	31
3.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	33
3.5	Kisi – kisi Instrumen Promosi Media Sosial Instagram (X)	34
3.6	Skor Jawaban Dalam Skala Likert	35
3.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	37
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	40
4.3	Deskripsi Data Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak	41
4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Y	41
4.5	Rata – Rata Hitung Skor Indikator Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak	42
4.6	Deskripsi Data Promosi Media Sosial Instagram	43
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel X	43
4.8	Rata – Rata Hitung Skor Indikator Promosi Media Sosial Instagram	44
4.9	Hasil Uji Normalitas	45
4.10	Hasil Uji Linearitas	45
4.11	Uji Regresi Linear Sederhana	46
4.12	Hasil Uji-t	47
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	47

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.1	Statistik Pengguna Instagram	2
2.1	Lapisan Kulit	14
2.2	Logo Instagram	23
2.3	Bagan Kerangka Teoritik Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pembelian Masker Wajah Untuk Kulit Berminyak	27



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Pernyataan Seminar Proposal	61
2	Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	63
3	Kisi – Kisi Instrumen Uji Coba	64
4	Kuesioner Uji Coba	66
5	Kisi – Kisi Instrumen Penelitian Lapangan	72
6	Kuesioner Penelitian Lapangan	74
7	Data Instrumen Uji Coba	79
8	Data Instrumen Penelitian Lapangan	81
9	r Tabel	86
10	Uji Reliabilitas Data Uji Coba	87
11	Perhitungan Uji Persyaratan Analisis Data	88
12	Perhitungan Uji Hipotesis	89
13	Tabel T	90

