

SKRIPSI SARJANA TERAPAN
**PENGARUH *E-PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN JASA MAKE UP**
(Studi pada *customer @Beauty_by_erna*)



Aulia Yasmina Firdausa
1510520053

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN
KOSMETIK DAN PERAWATAN KECANTIKAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN

Judul : Pengaruh E-Promotion terhadap Keputusan Konsumen dalam
Penggunaan Jasa Makeup (Studi pada customer @beauty_by_erna)
Penyusun : Aulia Yasmina Firdausa
NIM : 1510520053

Disetujui oleh:

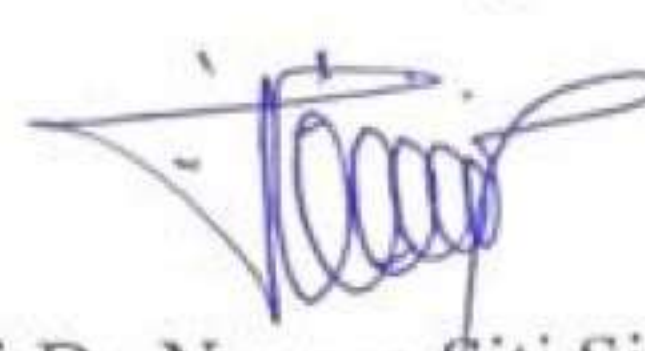
Pembimbing I



Titin Suptaini, M.Pd

NIP. 19701011997022001

Pembimbing II



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

NIP. 197202292005012005

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi Sarjana Terapan:

Ketua Penguji



Dr. Nurul Hidayah, M.Pd

NIP. 198309272008122001

Anggota Penguji I



Sri Irtawidjajanti, M.Pd

NIP. 197009272002122001

Anggota Penguji II



Dr. Eti Herawati, M.Si

NIP. 196310061989032001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan



Nurina Ayuningtyas, M.Pd

NIP.198506162015042001

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi Sarjana Terapan 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 Sarjana Terapan 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, 18 Juli 2024

Yang membuat,



Aulia Yasmina Firdausa
No. Reg. 1510520053

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: 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 : Aulia Yasmina Firdausa
NIM : 1510520053
Fakultas/Prodi : Fakultas Teknik/ Kosmetik dan Perawatan Kecantikan
Alamat email : auliaysmin@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 E-Promotion terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Makeup (Studi pada customer @beauty_by_erna)

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, 30 Oktober 2024

Penulis

(Aulia Yasmina Firdausa)

ABSTRAK

Aulia Yasmina Firdausa, Titin Supiani, M.Pd dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt, M.Si, 2024, Pengaruh *E-Promotion* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Makeup (Studi pada customer @beauty_by_erna) , Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Penggunaan teknologi digital dalam promosi, khususnya jasa makeup, semakin meningkat seiring dengan perkembangan internet dan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-promotion* terhadap keputusan konsumen dalam penggunaan jasa makeup. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Teknik Pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan target 50 responden yang merupakan customer yang telah menggunakan jasa makeup @beauty_by_erna. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana, koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel *e-promotion* dan variabel keputusan konsumen. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.689 mengindikasikan bahwa 68.9% variasi keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *e-promotion*. Uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel *e-promotion* secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen ($p < 0.05$). Temuan ini mengindikasikan pentingnya strategi dalam memengaruhi preferensi konsumen terhadap jasa makeup. Implikasi praktis penelitian ini adalah pentingnya @beauty_by_erna memanfaatkan dengan efektif platform instagram untuk meningkatkan promosi dan daya tarik kepada calon *customer*.

Kata Kunci : Keputusan konsumen, Jasa Makeup, Promosi Online, Instagram, Keputusan Penggunaan Jasa

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Aulia Yasmina Firdausa, Titin Supiani, M.Pd and Prof. Dr. Neneng siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt, M.Si, 2024, The Effect of on Consumer Decisions in the Use of Makeup Services (Study on customers @beauty_by_erna), Bachelor of Cosmetology and Beauty Care, Faculty of Engineering, State University of Jakarta.

The use of digital technology in promotion, especially makeup services, is increasing along with the development of the internet and social media. This study aims to determine how much influence e-promotion has on consumer decisions in using makeup services. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires. The sampling technique uses accidental sampling with a target of 50 respondents who are customers who have used @beauty_by_erna makeup services. The data analysis technique uses simple linear regression, simple correlation coefficient, coefficient of determination, and t test. The analysis results show a positive relationship between the e-promotion variable and the consumer decision variable. The coefficient of determination (R^2) of 0.689 indicates that 68.9% of variations in consumer decisions can be explained by the e-promotion variable. The t-test shows that each e-promotion variable significantly affects consumer decisions ($p < 0.05$). This finding indicates the importance of strategy in influencing consumer preferences for makeup services. The practical implication of this research is the importance of @beauty_by_erna to effectively utilize the Instagram platform to increase promotion and appeal to potential customers.

Keywords : *Consumer Decisions, Makeup Service, Online promotion, Instagram, Service Usage Decision*

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "Pengaruh *E-Promotion* terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Jasa *Makeup*: Studi pada Customer @beauty_by_erna". Penulisan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana Terapan di Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Dalam mendapat dukungan, bimbingan, motivasi serta arahan dari berbagai pihak yang tidak mungkin dapat penulis sebutkan satu persatu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Nurina Ayuningtyas, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik.
3. Titin Supiani, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, Apt, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi II, yang dengan sabar dan penuh dedikasi untuk membimbing penulis dari awal hingga akhir proses penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan ilmu secara teori dan praktik selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua serta keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan moral agar penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Teman teman seperjuangan dari Program Studi Kosmetik Dan Perawatan Kecantikan yang telah sama sama berjuang untuk dapat menyelesaikan perkuliahan ini dan saling memotivasi dan saling memberi dukungan.
7. Jeanetta Putri Widyaningsih 1510520034 yang telah menjadi rekan penulis selama masa perkuliahan dan semasa mengerjakan skripsi yang senantiasa mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan serta menemani
8. Teruntuk sahabat saya Azra Alifia Atsiilah Lasahido dan Fauziah Muliawati yang telah memberikan banyak dukungan, motivasi dan mendengarkan keluh kesah saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 5 Oktober 2024
Penulis,

Aulia Yasmina Firdausa

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Keputusan Konsumen	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 Keputusan Penggunaan Jasa	8
2.1.4 Tingkatan dalam Keputusan Penggunaan Jasa	10
2.1.5 Indikator Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Jasa	10
2.1.6 Faktor Pengaruh Keputusan Konsumen	13
2.1.7 E-Promotion.....	14
2.1.8 Tujuan E-Promotion	17
2.1.9 Bentuk E-Promotion	17
2.1.10 Indikator <i>E-Promotion</i>	18
2.1.11 <i>E-promotion</i> pada Instagram <i>@Beauty_by_erna</i>	19
2.2 Penelitian Relevan.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Tempat dan waktu penelitian	28
3.2 Bahan dan Materi Penelitian.....	28
3.3 Definisi Konseptual dan Operasional	29
3.4 Metode Penelitian.....	30
3.5 Instrumen Penelitian	30
3.6 Rancangan Penelitian.....	33
3.7 Uji Instrumen	34
3.7.1 Uji Validitas	34
3.7.2 Uji Realibilitas	35
3.8 Uji Persyaratan Analisis	36
3.8.1 Uji Normalitas.....	36
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.10 Uji Hipotesis	37
3.10.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	37
3.10.2 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	38

3.10.3 Analisis Koefisien Determinasi	39
3.10.4 Uji Parsial (Uji t)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Data	41
4.1.1 Karakteristik Data Responden.....	41
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas Data	44
4.3 Uji Persyaratan Analisis	45
4.3.1 Uji Normalitas Data	45
4.4 Uji Hipotesis	46
4.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	46
4.4.2 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	47
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	48
4.4.4 Uji Parsial (uji t).....	49
4.5 Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
Daftar Pustaka.....	54
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	56
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82



Intelligentia - Dignitas

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	26
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 3.3 Nilai Cronchbach Alpha.....	36
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Umur	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Jasa Makeup yang dibeli .	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data.....	45
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (uji t)	49



Intelligentia - Dignitas

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data client yang telah menggunakan jasa Makeup @beauty_by_erna Periode Tahun 2020 – Tahun 2023	4
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	11
Gambar 2.2 Jumlah Pengikut dan Jumlah postingan	20
Gambar 2.3 Postingan portofolio pada instagram @beauty_by_erna	20
Gambar 2.4 Pricelist jasa makeup yang dijual @beauty_by_erna (2024)	21
Gambar 2.5 Promosi diskon pada Instagram @beauty_by_erna (2024)	22
Gambar 2.6 Promosi diskon pada Instagram @beauty_by_erna	22
Gambar 2.7 @Beauty_by_erna mengiklankan atau mem-promosikan	23
Gambar 2.8 Testimoni <i>customer</i> dalam Instagram @beauty_by_erna (2024)	23
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian.....	34



Intelligentia - Dignitas

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Instrumen Variabel	58
Lampiran 2 Hasil Data Responden	62
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden (Variabel X)	64
Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden (Variabel Y)	68
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel X	72
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Y	73
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas	74
Lampiran 8 Tabel R-hitung	75
Lampiran 9 Hasil Uji Realibilitas	76
Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas	76
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	77
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana	77
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	78
Lampiran 14 Lembar Pengesahan	79
Lampiran 15 Lembar Pernyataan	80
Lampiran 16 Lembar Permohonan Izin Penelitian	81



Intelligentia - Dignitas