

SKRIPSI
PENGARUH KONTEN *MAKEUP* DI INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA *MAKEUP ARTIST*



Intelligentia - Dignitas

KHALIZA MARYAM ZUKHAER

1516620065

PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

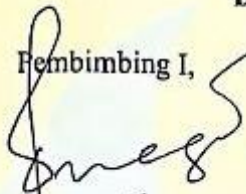
2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Konten *Makeup* Di Instagram Terhadap
Keputusan Pembelian Jasa *Makeup Artist*
Penyusun : Khaliza Maryam Zukhaer
NIM : 1516620065
Tanggal Ujian : 10 Februari 2025

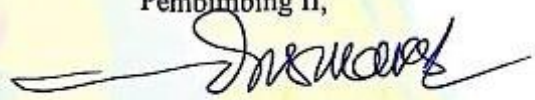
Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum
NIP.197203202005012001

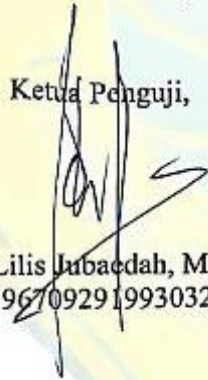
Pembimbing II,



Dr. Dwi Atmanto, M.Si
NIP.196305211988111001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji,



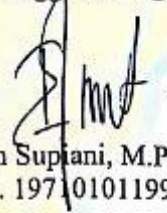
Dra. Lilis Jubaedah, M. Kes
NIP.196709291993032001

Anggota Penguji I,



Nurina Ayuningtyas, M.Pd
NIP.198506162015042001

Anggota Penguji II,



Titin Supiani, M.Pd
NIP.197101011997022001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Dr. Nurul Hidayah, M.Pd.
NIP.198309272008122001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat 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, 10 Februari 2025



Khaliza Maryam Zukhaer
No. Reg. 1516620065

Intelligentia - Dignitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Khaliza Maryam Zukhaer
NIM : 1516620065
Fakultas/Prodi : Teknik / Pendidikan Tata Rias
Alamat email : khalizamaryamz@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 Konten *Makeup* di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Makeup Artist*"

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, 20 Februari 2025

Penulis

(Khaliza Maryam Zukhaer)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penyusun pada kehadirat Allah SWT atas seluruh Rahmat, ridho, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Konten *Makeup* di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Makeup Artist*”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Penyusun menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari banyak pihak. Karena itu, pada kesempatan ini penyusun ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I Materi yang telah menyediakan waktu, memberikan saran, serta masukan untuk membimbing dengan penuh semangat dan kesabaran.
4. Dr. Dwi Atmanto, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II Metodologi yang telah menyediakan waktu, memberikan saran, serta masukan untuk membimbing dengan penuh kesabaran.
5. Seluruh Dosen Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu selama ini.
6. Kepada seluruh staff Prodi Pendidikan Tata Rias yang telah membantu dalam segala proses perkuliahan ini.
7. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Ayah Khaerudin dan Ibunda Zubaidah yang telah memberikan doa, motivasi, bantuan moril dan materil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Kak Soraya, Kak Anis dan Fathiya yang telah membantu penulis untuk menjadi bahan penelitian skripsi ini sebagai MUA Alumni UNJ.
9. Kepada sahabat saya, Nabila yang selalu membantu saya selama proses pengerjaan skripsi dengan Ikhlas dan penuh kesabaran, serta menjadi pengingat saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada sahabat saya Bela, April, Sahsyah, Diva, Saidah, Kesha, Mutia, Iza, Eka, Reska dan Syofy yang selalu memberikan semangat dan menjadi teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada pemilik nama Dio Saputra, karena telah menemani, mendengarkan keluh kesah tentang proses pengerjaan skripsi ini dan yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada seluruh responden yang telah membantu menyediakan waktu untuk mengisi kuisisioner penelitian skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang tulus dan Ikhlas memberikan bantuan, motivasi, dan doa terbaik kepada penulis.

Jakarta, 04 Februari 2025

Khaliza Maryam Zukhaer

PENGARUH KONTEN *MAKEUP* DI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA *MAKEUP ARTIST*

Khaliza Maryam Zukhaer

**Dosen Pembimbing: Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum. dan Dr. Dwi Atmanto,
M.SI.**

ABSTRAK

Konten merupakan suatu hal yang dapat membantu *viewers* dalam mencari informasi mengenai produk atau jasa yang dapat dilihat melalui media sosial. Media sosial Instagram sering kali dimanfaatkan oleh penjual jasa *makeup artist* untuk mengunggah konten *makeup* di Instagram sebagai media promosi. Adanya konten *makeup* di Instagram dapat mempermudah konsumen untuk mencari informasi seputar jasa *makeup artist*. Pada era digital seperti saat ini banyak sekali orang yang menggunakan Instagram untuk mencari jasa *makeup artist* dari akun MUA tersebut agar meyakinkan konsumen untuk menggunakan jasa *makeup* tersebut. Namun, dengan begitu banyaknya pilihan, membuat calon klien sering kali kesulitan dalam memilih MUA yang tepat jika tanpa adanya konten pada akun MUA tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh konten *makeup* di Instagram terhadap keputusan pembelian jasa *makeup artist*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang dibagikan kepada 99 responden. Pengambilan data pada 19 pernyataan tentang konten *makeup* di Instagram dan 18 pernyataan tentang keputusan pembelian jasa *makeup artist*. Berdasarkan uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi variabel X dan Y sebesar $0,000 < 0,05$. Pada uji t nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8.854 > 1.98472$ sehingga dapat disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak. Hal tersebut menyatakan hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 44,7% antara konten *makeup* di Instagram terhadap keputusan pembelian jasa *makeup artist*. Dan 55,3% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu harga dan kualitas layanan jasa *makeup*.

Kata Kunci: Konten, Instagram, Keputusan Pembelian, Jasa *Makeup Artist*

Intelligentia - Dignitas

**THE INFLUENCE OF MAKEUP CONTENT ON INSTAGRAM ON
PURCHASING DECISIONS FOR MAKEUP ARTIST SERVICES**

Khaliza Maryam Zukhaer

Advisor: Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum. dan Dr. Dwi Atmanto, M.SI.

ABSTRACT

Content is something that can help viewers in finding information about products or services that can be seen through social media. Instagram social media is often used by makeup artist service sellers to upload makeup content on Instagram as a promotional medium. The existence of makeup content on Instagram can make it easier for consumers to find information about makeup artist services. In the digital era like today, many people use Instagram to find makeup artist services from the MUA account in order to convince consumers to use these makeup services. However, with so many choices, it is often difficult for prospective clients to choose the right MUA if there is no content on the MUA account. The purpose of this study was to determine whether or not the influence of makeup content on Instagram on purchasing decisions for makeup artist services. This research method uses an associative quantitative approach with a survey method. Data was collected through questionnaires distributed to 99 respondents. Data collection on 19 statements about makeup content on Instagram and 18 statements about purchasing decisions for makeup artist services. Based on the simple linear regression test, the significance value of the X and Y variables is $0.000 < 0.05$. In the t test, the significance value is $0.000 < 0.05$ and the t_count value is $8,854 > 1,98472$ so it can be concluded that H_a is accepted and H_o is rejected. This states that the results of this study have a significant effect of 44.7% between makeup content on Instagram on purchasing decisions for makeup artist services. And 55.3% is influenced by other factors, namely price and quality of makeup service.

Kata Kunci: *Content, Instagram, Purchase Decision, Makeup Artist Service*

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORITIK	8
2.1 Keputusan Pembelian Jasa <i>Makeup Artist</i>	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Jasa <i>Makeup Artist</i>	10
2.1.2.1 Akun <i>Makeup Artist</i>	15
2.2 Konten <i>Makeup</i> di Instagram	25
2.2.1 Konten	25
2.2.2 <i>Makeup</i>	31
2.2.3 Instagram.....	33
2.3 Hasil Penelitian yang Relevan	36
2.4 Kerangka Teoritik.....	37
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Tujuan Penelitian.....	39
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
3.3 Metode Penelitian.....	39
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Instrumen Keputusan Pembelian Jasa <i>Makeup Artist</i>	42
3.5.1.1 Definisi Konseptual.....	42
3.5.1.2 Definisi Operasional.....	42
3.5.1.3 Kisi-kisi Instrumen.....	42
3.5.2 Instrumen Konten <i>Makeup</i> di Instagram (X)	43
3.5.2.1 Definisi Konseptual.....	43
3.5.2.2 Definisi Operasional.....	43
3.5.2.3 Kisi-kisi Instrumen.....	43
3.5.3 Jenis Instrumen	45
3.5.4 Pengujian Validitas dan Penghitungan Reliabilitas.....	45

3.5.4.1 Uji Validitas.....	45
3.5.4.2 Uji reliabilitas.....	47
3.6 Teknik Analisi Data.....	48
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif.....	48
3.6.2 Uji Normalitas.....	49
3.6.3 Uji Linearitas.....	49
3.6.4 Uji Heterokedastisitas.....	49
3.7 Pengujian Hipotesis.....	49
3.7.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	49
3.7.2 Uji T.....	50
3.7.3 Uji Koefisiensi Determinasi.....	50
3.8 Hipotesis Statistika.....	50
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Data.....	51
4.1.1 Deskripsi Data Karakteristik Responden.....	51
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Konten (X).....	54
4.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	59
4.2.1 Uji Normalitas.....	59
4.2.2 Uji Linearitas.....	60
4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	60
4.3 Pengujian Hipotesis.....	61
4.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
4.3.2 Uji T.....	62
4.3.3 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	63
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Implikasi.....	66
5.3 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	71
RIWAYAT HIDUP.....	90

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian Jasa <i>Makeup Artist</i>	42
Tabel 3. 2	Kisi-kisi Instrumen Konten <i>Makeup</i> di Instagram.....	44
Tabel 3. 3	Kriteria Penilaian Skala Likert	45
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengakses Instagram .53	
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Instagram .53	
Tabel 4. 5	Analisis Statistik Deskriptif Konten (X).....	54
Tabel 4. 6	Kategorisasi Variabel Konten (X).....	56
Tabel 4. 7	Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4. 8	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 4. 9	Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 10	Hasil Uji Linearitas.....	60
Tabel 4. 11	Hasil Uji Heterokedastisitas	60
Tabel 4. 12	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
Tabel 4. 13	Hasil Uji T	62
Tabel 4. 14	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	63



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aplikasi Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan.....	2
Gambar 2. 1	Konten Informatif @sorayazuliansyah.....	16
Gambar 2. 2	Konten Edukatif @sorayazuliansyah.....	16
Gambar 2. 3	Konten Hiburan @sorayazuliansyah.....	17
Gambar 2. 4	Konten Inspirasi @sorayazuliansyah.....	17
Gambar 2. 5	Konten Promosi @sorayazuliansyah.....	18
Gambar 2. 6	Konten Informatif @glambyfathiw.....	19
Gambar 2. 7	Konten Edukatif @glambyfathiw.....	19
Gambar 2. 8	Konten Hiburan @glambyfathiw.....	20
Gambar 2. 9	Konten Inspirasi @glambyfathiw.....	20
Gambar 2. 10	Konten Promosi @glambyfathiw.....	21
Gambar 2. 11	Konten Informatif @niasrani.....	22
Gambar 2. 12	Konten Edukatif @niasrani.....	22
Gambar 2. 13	Konten Hiburan @niasrani.....	23
Gambar 2. 14	Konten Inspirasi @niasrani.....	23
Gambar 2. 15	Konten Promosi @niasrani.....	24
Gambar 2. 19	Kerangka Teoritik.....	38
Gambar 4. 1	Grafik Histogram Variabel Konten.....	55
Gambar 4. 2	Grafik Histogram Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Gambar 4. 3	Grafik Persamaan Linear Sederhana.....	61

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Uji Coba.....	71
Lampiran 2	Tabulasi Data Kuisisioner Uji Coba Variabel X.....	76
Lampiran 3	Tabulasi Data Kuisisioner Uji Coba Variabel Y.....	76
Lampiran 4	Uji Validitas Variabel X.....	77
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Variabel X.....	77
Lampiran 6	Uji Validitas Variabel Y.....	78
Lampiran 7	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	78
Lampiran 8	Kuisisioner Penelitian Lapangan.....	79
Lampiran 9	Tabulasi Data Variabel X.....	83
Lampiran 10	Tabulasi Data Variabel Y.....	84
Lampiran 11	Analisis Statistik Deskriptif.....	85
Lampiran 12	Kategorisasi Variabel X.....	86
Lampiran 13	Kategorisasi Variabel Y.....	86
Lampiran 14	Uji Normalitas.....	86
Lampiran 15	Uji Linearitas.....	87
Lampiran 16	Heterokedastisias.....	87
Lampiran 17	Uji Regresi Linier Sederhana.....	87
Lampiran 18	Uji T.....	87
Lampiran 19	Uji Koefisiensi Determinasi.....	88
Lampiran 20	Surat Validasi Instrumen Penelitian.....	88
Lampiran 21	Surat Pernyataan Instrumen Validasi Ahli Materi.....	89
Lampiran 22	Lembar Pengesahan Ujian Skripsi.....	89

Intelligentia - Dignitas