

SKRIPSI SARJANA TERAPAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SERUM POWER BRIGHT
EXPERT MEREK X UNTUK KULIT BERMINYAK**



Intelligentia - Dignitas

**ALFI NISA HAERANI
1510521022**

**PROGRAM STUDI
D4 KOSMETIK DAN PERAWATAN KECANTIKAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN

Judul : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian
Serum Power Bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak
Penyusun : Alfi Nisa Haerani
NIM : 1510521022
Tanggal Ujian : 14 Juli 2025

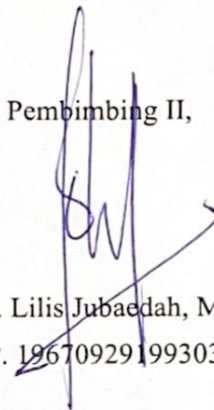
Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dra. Eti Herawati, M.Si
NIP. 196310061989032001

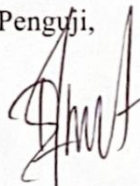
Pembimbing II,



Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes
NIP. 196709291993032001

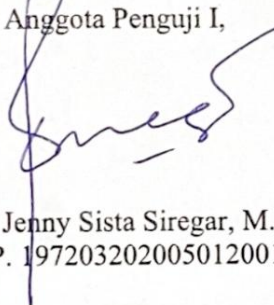
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi Sarjana Terapan:

Ketua Penguji,



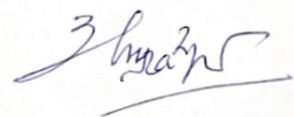
Titin Supiani, M.Pd
NIP. 197101011997022001

Anggota Penguji I,



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

Anggota Penguji II,



dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak
NIP. 196810231998022004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Sarjana Terapan
Kosmetik dan Perawatan Kecantikan



Nurina Ayuningtyas, S.Pd, M.Pd.
NIP. 198506162015042001

HALAMAN 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, 14 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Alfi Nisa Haerani
No. Reg. 1510521022



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 : Alfi Nisa Haerani
NIM : 1510521022
Fakultas/Prodi : Teknik/Kosmetik dan Perawatan Kecantikan
Alamat email : alfinisahaerani@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 Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Serum Power Bright
Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak”

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, 14 Juli 2025
Penulis

(Alfi Nisa Haerani)

KATA PENGANTAR

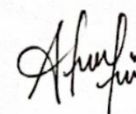
Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Serum Power Bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
3. Nurina Ayuningtyas, M.Pd selaku Koordinator Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan.
4. Dra. Eti Herawati, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
7. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua saya Bapak Cecep Haerudin dan Ibu Heni Fitria serta adik saya tersayang Adya Akbar Haikal yang selalu memberikan dukungan moral, doa, dan semangat yang tiada henti.
8. Sahabat saya Erisya, Ulfa dan Bella yang senantiasa menemani dalam keadaan sulit dan senang.
9. Seluruh anggota NCT terutama Na Jaemin dan Mark Lee yang telah menjadi penyemangat dan sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan di Program Studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan angkatan 2021 yaitu Chika, Dea, Tajla, Azizah dan Sandra, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini ke depannya. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi dalam studi terkait.

Jakarta, 14 Juli 2025
Penyusun,



(Alfi Nisa Haerani)

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERUM POWER BRIGHT EXPERT MEREK X UNTUK KULIT BERMINYAK

Alfi Nisa Haerani

Dosen Pembimbing: Dra. Eti Herawati, M.Si. dan Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes.

ABSTRAK

Media sosial Instagram sebagai platform yang menyediakan informasi kini berperan penting dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen, termasuk dalam bidang kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian serum Power Bright Expert merek X untuk kulit berminyak pada mahasiswa D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021–2024. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan metode survei dengan pendekatan cross-sectional. Teknik pengambilan sampling yaitu sampling jenuh, diperoleh 42 responden yang sesuai kriteria penelitian dari populasi yang sudah disaring sesuai kriteria penelitian melalui pra survei. Analisis data dilakukan secara statistik menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan perhitungan uji-t diperoleh bahwa media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serum dengan nilai signifikansi $<0,001$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,719 menunjukkan bahwa 71,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh media sosial Instagram, sementara sisanya 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi intensitas konten promosi dan kualitas interaksi di media sosial Instagram, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian serum Power Bright Expert merek X untuk kulit berminyak.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Keputusan Pembelian, Serum Kulit Berminyak

***THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON THE PURCHASE
DECISION OF POWER BRIGHT EXPERT SERUM BRAND X FOR OILY SKIN***

Alfi Nisa Haerani

Supervisor: Dra. Eti Herawati, M.Si. dan Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes.

ABSTRACT

Instagram, as an information-sharing platform, now plays a vital role in shaping consumer preferences and purchase decisions, particularly in the beauty sector. This study aims to analyze the influence of Instagram on the purchase decision of the Power Bright Expert serum (brand X) for oily skin among students of the D4 Program in Cosmetics and Beauty Care at Universitas Negeri Jakarta, class of 2021–2024. This research employed a quantitative approach and a survey method with a cross-sectional design. The sampling technique used was saturated sampling, resulting in 42 respondents who met the research criteria based on a pre-survey. Data analysis was conducted statistically using SPSS version 29. The results showed that based on the t-test, Instagram has a significant effect on purchase decisions, with a significance value of <0.001 , indicating that H_0 is rejected and H_a is accepted. The coefficient of determination (R^2) was 0.719, meaning that 71.9% of the purchase decision was influenced by Instagram, while the remaining 28.1% was affected by other factors outside this study. Thus, it can be concluded that the higher the intensity of promotional content and the quality of interaction on Instagram, the higher the purchase decision of the Power Bright Expert serum (brand X) for oily skin.

Keywords: Social Media, Instagram, Purchase Decision, Oily Skin Serum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Hakikat Keputusan Pembelian Serum Power bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak	9
2.1.1.1. Keputusan Pembelian	9
2.1.1.2. Definisi dan Manfaat Serum Power Bright Expert Merek X	12
2.1.1.3. Kulit Berminyak	17
2.1.2. Hakikat Media Sosial Instagram	19
2.1.2.1. Media Sosial	19
2.1.2.2. Instagram	22
2.1.3. Penelitian Relevan	28
2.2. Kerangka Pemikiran	29
2.3. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2. Bahan dan Materi Penelitian	32
3.2.1. Populasi dan Sampel	32
3.3. Metode Penelitian	33
3.3.1. Instrumen Keputusan Pembelian Serum Power Bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak	33
3.3.1.1. Definisi Konseptual	33
3.3.1.2. Definisi Operasional	34
3.3.1.3. Kisi – Kisi Instrumen	34
3.3.1.4. Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	35
3.3.2. Instrumen Pengaruh Media Sosial Instagram	36
3.3.2.1. Definisi Konseptual	36
3.3.2.2. Definisi Operasional	37
3.3.2.3. Kisi – Kisi Instrumen	37

3.3.2.4. Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	38
3.4. Rancangan Penelitian.....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6. Teknik Analisis Data	41
3.6.1. Uji Persyaratan Analisis Data.....	41
3.6.1.1. Uji Normalitas	41
3.6.1.2. Uji Linearitas	41
3.6.2. Uji Hipotesis.....	42
3.6.2.1. Uji Regresi Linear Sederhana	42
3.6.2.2. Uji t	42
3.6.2.3. Uji Koefisien Determinasi	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Deskripsi Data	44
4.1.1. Karakteristik Data Responden.....	44
4.1.1.1. Usia	44
4.1.1.2. Tahun Angkatan	45
4.1.1.3. Frekuensi Penggunaan Media Sosial Instagram	45
4.1.2. Data Keputusan Pembelian Serum Power Bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak	45
4.1.3. Data Pengaruh Media Sosial Instagram	47
4.2. Uji Prasyarat Analisis Data	48
4.2.1. Uji Normalitas	48
4.2.2. Uji Linearitas	49
4.3. Uji Hipotesis	49
4.3.1. Uji Regresi Linear Sederhana.....	49
4.3.2. Uji Uji t.....	50
4.3.3. Uji Koefisien Determinasi.....	51
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Implikasi	54
5.3. Keterbatasan Penelitian	55
5.4. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	90

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	28
3.1	Kisi – kisi Instrumen Keputusan Pembelian Serum Power Bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak	34
3.2	Skor Jawaban Dalam Skala Likert	35
3.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	36
3.4	Kisi – kisi Instrumen Pengaruh Media Sosial Instagram	37
3.5	Skor Jawaban Dalam Skala Likert	38
3.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	39
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2	Karakteristik Responden Tahun Angkatan	45
4.3	Frekuensi Penggunaan Media Sosial Instagram	45
4.4	Deskripsi Data Keputusan Pembelian Serum Power Bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak	46
4.5	Rata – Rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian Serum Power Bright Expert Merek X Untuk Kulit Berminyak	46
4.6	Deskripsi Data Pengaruh Media Sosial Instagram	47
4.7	Rata – Rata Hitung Skor Indikator Pengaruh Media Sosial Instagram	48
4.8	Hasil Uji Normalitas	48
4.9	Hasil Uji Linearitas	49
4.10	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	49
4.11	Hasil Uji t	51
4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
1.1	Data Pengguna <i>Internet</i> dan Media sosial di Indonesia Tahun 2024	2
2.1	Grafik Penggunaan Sosial Media Pada Tahun 2024	24
2.2	Bagan Kerangka Pemikiran	30
3.1	Rancangan Penelitian	40



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Kisi - Kisi Instrumen Uji Coba	62
Lampiran 2	Kuesioner Uji Coba	64
Lampiran 3	Kisi - Kisi Instrumen Penelitian Lapangan	70
Lampiran 4	Kuesioner Instrumen Penelitian Lapangan	72
Lampiran 5	Tabulasi Instrumen Hasil Uji Coba	77
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	79
Lampiran 7	Tabulasi Penelitian Lapangan	83
Lampiran 8	r Tabel	85
Lampiran 9	Hasil Uji Prasyaratan Analisis Data	86
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis	87
Lampiran 11	Lembar Kehadiran Seminar Proposal	88
Lampiran 12	LoA Publikasi Jurnal	89

