

SKRIPSI SARJANA TERAPAN

**KONTRIBUSI PROMO PROGRAM FACIAL OXY GRATIS
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN FACIAL OXY
(Studi Pada Klinik Kecantikan Oriskin Cabang Cinere)**



Intelligentia - Dignitas

ARINDHI DYAH PRAMESWARI ROHMAIN

1510521043

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN

Judul : Kontribusi Promo Program *Facial Oxy* Gratis Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Konsumen Dalam Melakukan *Facial Oxy* (Studi Pada Klinik Kecantikan Oriskin Cabang Cinere)

Penyusun : Arindhi Dyah Prameswari Rohmain

NIM : 1510521043

Tanggal Ujian : 09 Januari 2026

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak
NIP. 196810231998022004

Pembimbing II,

Dra. Lilis Juhardah, M.Kes
NIP. 196709291993032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi Sarjana Terapan :

Ketua Penguji,

Dr. Jenny Siregar, M.Hum
NIP. 197203202005012001

Anggota Penguji I,

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

Anggota Penguji II,

Dian Pertiwi Josua, M.Si
NIP. 199410122023212039

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan

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

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, 6 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan

Arindhi Dyah Prameswari Rohmain

NIM. 1510521043

Yang membuat pernyataan



NIM. 1510521043

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Arindhi Dyah Prameswari Rohmain
NIM : 1510521043
Fakultas/Prodi : Fakultas Teknik / Kosmetik Dan Perawatan Kecantikan
Alamat email : arindhidyah@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 :

"Kontribusi Program Promo *Facial Oxy* Gratis Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Melakukan *Facial Oxy* (Studi Pada Klinik Kecantikan Oriskin Cabang Cinere)"

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, 26 Januari 2026

Penulis

Arindhi Dyah Prameswari Rohmain

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini yang berjudul: "Kontribusi Promo Program *Facial Oxy* Gratis Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumen dalam Melakukan *Facial Oxy* (Studi Pada Klinik Kecantikan Oriskin cabang Cinere)". Penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Nurina Ayuningtyas, S.Pd., M.Pd selaku Ketua Prodi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
3. dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak, selaku dosen pembimbing I, atas segala kritik, saran, serta kesabarannya dalam membimbing penulis.
4. Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes, selaku dosen pembimbing II, atas bimbingan dan arahnya dalam penyusunan metodologi penelitian ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, atas ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa studi.
6. Pihak manajemen dan karyawan Oriskin cabang Cinere, yang telah memberikan kesempatan, data, dan informasi yang sangat membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.
7. Keluarga tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, kasih sayang, dan semangat dalam setiap langkah yang penulis tempuh. Terima kasih atas cinta yang tak pernah putus dan pengorbanan yang tiada tara.
8. Terimakasih untuk Adilla Febiana Putri, teman kecil penulis yang selalu membantu dan mendukung serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta bagi teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
9. Kepada semua responden yang sudah membantu menjadi bagian dalam penelitian.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 23 Mei 2025

Arindhi Dyah Prameswari Rohmain

KONTRIBUSI PROMO PROGRAM *FACIAL OXY* GRATIS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN *FACIAL OXY*

(Studi Pada Klinik Kecantikan Oriskin Cabang Cinere)

Arindhi Dyah Prameswari Rohmain

Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik

Universitas Negeri Jakarta 2025

Dosen Pembimbing: dr. Elvyra Yulia, SP.Ak, dan Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kontribusi promo program *Facial Oxy* gratis melalui media sosial Instagram terhadap perilaku konsumen dalam melakukan *Facial Oxy* di Klinik Kecantikan Oriskin Cabang Cinere. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Oriskin Cinere, dengan sampel sebanyak 62 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promo program *Facial Oxy* gratis melalui Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 18,306 + 0,756X$, yang berarti setiap peningkatan kontribusi promosi melalui Instagram sebesar satu satuan akan meningkatkan perilaku konsumen sebesar 0,756. Nilai *R Square* sebesar 0,500 menunjukkan bahwa 50,0% variasi perilaku konsumen dapat dijelaskan oleh variabel promosi melalui Instagram, sedangkan sisanya 50,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi melalui media sosial Instagram, khususnya program *Facial Oxy* gratis, berkontribusi nyata dalam membentuk perilaku konsumen mulai dari perhatian (*attention*), minat (*interest*), keinginan (*desire*), tindakan (*action*), hingga kepuasan (*satisfaction*). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Klinik Oriskin dalam mengoptimalkan strategi promosi digital untuk meningkatkan minat dan loyalitas konsumen.

Kata kunci: promosi, Instagram, *Facial Oxy*, perilaku konsumen.

"The Contribution of the Free Facial Oxy Program Promotion Through Instagram Social Media Toward Consumer Behavior in Conducting Facial Oxy Treatments (A Study at Oriskin Beauty Clinic, Cinere Branch)"

Arindhi Dyah Prameswari Rohmain

***Applied Science Cosmetics and Beauty Care, Faculty of Engineering,
University Of Jakarta 2025***

Lecturer: dr. Elvyra Yulia, SP.Ak, and Dra. Lilis Jubaedah, M. Kes

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the contribution of the Free Facial Oxy promotion program through Instagram social media to consumer behavior in undergoing Facial Oxy treatments at Oriskin Beauty Clinic, Cinere Branch. The research employed a quantitative method with a descriptive approach. The population of this study consisted of Oriskin Cinere consumers, with a sample of 62 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaire distribution and analyzed using validity, reliability, normality, linearity, and simple linear regression tests with the assistance of SPSS version 27. The results indicate that the Free Facial Oxy promotion program through Instagram has a positive and significant effect on consumer behavior. This is evidenced by the regression equation $Y = 18.306 + 0.756X$, which means that each one-unit increase in the contribution of Instagram promotion increases consumer behavior by 0.756. The R Square value of 0.500 shows that 50.0% of the variation in consumer behavior can be explained by the Instagram promotion variable, while the remaining 50.0% is influenced by other factors outside this study. Thus, it can be concluded that promotional strategies through Instagram social media, particularly the Free Facial Oxy program, significantly contribute to shaping consumer behavior, including attention, interest, desire, action, and satisfaction. The findings of this study are expected to provide valuable input for Oriskin Clinic in optimizing digital promotional strategies to enhance consumer interest and loyalty.

Keywords: promotion, Instagram, Facial Oxy, consumer behavior.

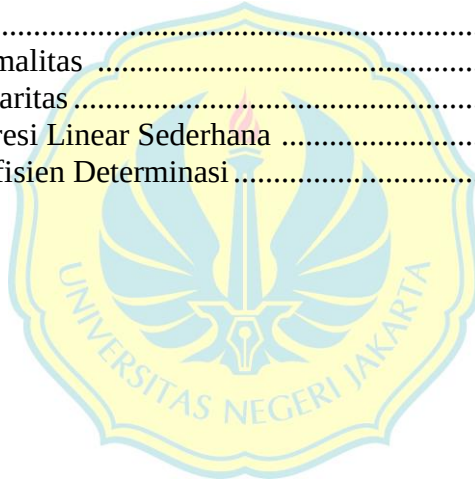
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Hakikat Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Hakikat Kontribusi Promo	14
2.1.3 Hakikat Media Sosial Instagram	18
2.1.4 Hakikat <i>Facial Oxy</i>	24
2.2 Kerangka Pemikiran	30
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.....	32
3.2.2 Sampel	32
3.3 Metode Penelitian	33
3.3.1 Instrumen Kontribusi Promo Program <i>Facial Oxy</i> Melalui Media Sosial Instagram (X)	33
3.3.1.1 Definisi Konseptual.....	33
3.3.1.2 Definisi Operasional.....	33
3.3.1.3 Kisi-Kisi Instrumen.....	33
3.3.1.4 Jenis Instrumen.....	34
3.3.2 Instrumen Perilaku Konsumen dalam Melakukan <i>Facial Oxy</i> (Y).....	35
3.3.2.1 Definisi Konseptual.....	35
3.3.2.2 Definisi Operasional.....	35

3.3.2.3 Kisi-Kisi Instrumen (Y).....	35
3.3.2.4 Jenis Instrumen.....	36
3.3.3 Pengujian Validitas dan Perhitungan Realibilitas.....	36
3.4 Rancangan Penelitian.....	38
3.5 Pengumpulan Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Uji Persyaratan Analisis Data	39
3.6.1.1 Uji Normalitas	39
3.6.1.2 Uji Linearitas.....	40
3.6.2 Uji Hipotesis	40
3.6.2.1 Uji Regresi Linear Sederhana.....	40
3.6.2.2 Uji Koefisien Determinasi.....	40
3.7 Hipotesis Statistik	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Data.....	42
4.1.1 Karakteristik Data Responden	42
4.1.2 Deskriptif Data Variabel Penelitian.....	43
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data	45
4.2.1 Uji Normalitas.....	45
4.2.2 Uji Linearitas	45
4.3 Uji Hipotesis	46
4.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana	46
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi	48
4.4 Hasil Penelitian.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Alat-Alat Listrik Pada Perawatan <i>Facial Oxy</i>	27
Tabel 2.2 Langkah-Langkah Dalam Prosedur Perawatan <i>Facial Oxy</i>	28
Tabel 3.1. Kisi Kisi Instrument Kontribusi Promo Program <i>Facial Oxy</i> Gratis Melalui Media Sosial Instagram (X).....	34
Tabel 3.2. Skor Jawaban Dalam Skala Likert	35
Tabel 3.3. Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumen (Y)	36
Tabel 3.4. Jawaban Dalam Skala Likert	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas X.....	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Y	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.3 Hasil Statistik Variabel Promo Program <i>Facial Oxy</i> Gratis melalui Media Sosial Instagram (X).....	45
Tabel 4.4 Hasil Statistik Variabel Perilaku Konsumen dalam Melakukan <i>Facial Oxy</i> (Y).....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Jet Pump</i> dan PTF (<i>Photo Therapy Flash</i>)	27
Gambar 2.2. <i>Vapozone</i>	27
Gambar 2.3. <i>High Frekuensi</i>	28
Gambar 2.4. Pembersihan Wajah	28
Gambar 2.5. Penguapan	28
Gambar 2.6. Eksraksi Komedo	29
Gambar 2.7. <i>High Frekuensi</i>	29
Gambar 2.9. <i>Facial Oxy</i>	29
Gambar 2.10. Masker Wajah	30
Gambar 2.11. Pemakaian Toner dan <i>Sunscreen</i>	30
Gambar 2.12 <i>Before</i> dan <i>After Facial Oxy</i>	30
Gambar 2.13 Bagan Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Mengadakan Penelitian	55
Lampiran 2. Lembar Kehadiran Seminar Proposal	56
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 4. Tabulasi Uji Coba Instrumen	60
Lampiran 5. Uji Validitas Variabel X	64
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Y	65
Lampiran 7. Uji Persyaratan Analisis Data	66
Lampiran 8. Uji Hipotesis	67
Lampiran 9. Surat Tugas Dosen Pembimbing	68
Lampiran 10. Surat Pernyataan Penerimaan Artikel	69
Lampiran 11. Lembar Catatan Perbaikan Seminar Proposal	70
Lampiran 12. Data Penjualan Oriskin Cabang Cinere Bulang Februari 2025.....	72

