

SKRIPSI SARJANA TERAPAN
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA
MUNIFAH ATTIRE



Intelligentia - Dignitas

Febbi Rahmawati

1522422031

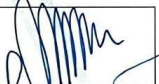
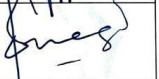
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN
KOSMETIK & PERAWATAN KECANTIKAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Febbi Rahmawati
NIM : 1522422031
Program Studi/Fakultas : Kosmetik dan Perawatan Kecantikan
Judul Penelitian : Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Melalui Instagram Terhadap Minat Konsumen Pada Munifah Attire

ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan **Lulus** (~~Tidak Lulus~~)*
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 5 Agustus 2026
Tim Penguji,

Ketua Penguji	Dra. Mari Okatini Armandari, M.KM	
Anggota Penguji (Penguji Ahli 1)	Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum	
Anggota Penguji (Penguji Ahli 2)	Dr. Nurul Hidayah, S.Pd. M.Pd.	
Anggota Penguji (Pembimbing 1)	Sri Irtawidjajanti, S.Pd., M.Pd	
Anggota Penguji (Pembimbing 2)	Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik


Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.
NIDN. 0029027204

Koordinator Program Studi
Kosmetik dan Perawatan Kecantikan


Nurina Ayuningsih, M.Pd
NIDN. 0016068501

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 pernah 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, 28 April 2026

Yang membuat pernyataan,



Febbi Rahmawati

NIM.1522422031

Intelligentia - Dignitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Febbi Rahmawati
NIM : 1522422031
Fakultas/Prodi : Teknik/ Kosmetik dan Perawatan Kecantikan
Alamat email : febbirahmawati89@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Melalui Instagram Terhadap Minat Konsumen

Pada Munifah Attire

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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

Penulis

iv

(*Febbi Rahmawati*)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Melalui Instagram Terhadap Minat Konsumen Pada Munifah Attire". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, ilmu, serta bimbingan yang sangat berarti bagi penulis.
2. Nurina Ayuningtyas, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan yang telah memberikan dukungan dan kesempatan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Sri Irtawidjajanti, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Program Studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan yang telah memberikan ilmu, pembelajaran, pengalaman berharga dan memberikan motivasi kepada mahasiswa selama masa perkuliahan.
5. Pihak Munifah Attire yang telah memberikan ketersediaannya memberikan izin, dukungan, serta bantuan selama proses pelaksanaan penelitian.
6. Kedua orang tua yang terhormat dan tercinta, Ayah dan Ibu, kakak serta adik-adik dan anggota keluarga lain yang senantiasa memberikan kasih sayang, do'a, serta dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman Program Studi D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan angkatan 2022 serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Jakarta, 28 April 2026

Penulis,

Intelligentia - Dignitas



Febbi Rahmawati

ABSTRAK

Febbi Rahmawati. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Melalui Instagram Terhadap Minat Konsumen Pada Munifah Attire. **Skripsi.** Jakarta. Program Studi Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2026. Dosen Pembimbing: **Sri Irtawidjajanti, S.Pd., M.Pd** dan **Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si**

Minat konsumen merupakan kecenderungan seseorang untuk mencari informasi, mempertimbangkan, serta memiliki keinginan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Salah satu strategi yang banyak diterapkan pelaku usaha jasa kecantikan untuk meningkatkan minat konsumen adalah pemasaran digital melalui Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital melalui instagram yang diterapkan oleh Munifah Attire, menganalisis minat konsumen terhadap jasa Munifah Attire, serta menganalisis pengaruh strategi pemasaran digital melalui instagram terhadap minat konsumen pada Munifah Attire. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Lemeshow. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital melalui instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen pada Munifah Attire. Semakin baik strategi pemasaran digital melalui instagram yang diterapkan, maka semakin tinggi pula minat konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, strategi pemasaran digital melalui Instagram berperan dalam meningkatkan minat konsumen pada Munifah Attire.

Kata kunci: Instagram, Minat Konsumen, Munifah Attire, Pemasaran Digital, Strategi Pemasaran

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Febbi Rahmawati. The Effect of Digital Marketing Strategy Through Instagram on Consumer Interest in Munifah Attire. **Thesis.** Jakarta. Applied Bachelor Study Program of Cosmetics and Beauty Care, Faculty of Engineering, Universitas Negeri Jakarta, 2026. Supervisors: **Sri Irtawidjajanti, S.Pd., M.Pd. and Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si.**

Consumer interest is an individual's tendency to seek information, consider, and develop an intention to use a particular product or service. One strategy widely implemented by beauty service businesses to increase consumer interest is digital marketing through Instagram. This study aims to analyze the digital marketing strategy through Instagram implemented by Munifah Attire, analyze consumer interest in Munifah Attire's services, and analyze the effect of digital marketing strategy through Instagram on consumer interest in Munifah Attire. This study employed a quantitative method with an associative approach. The sampling technique used was purposive sampling, with the sample size determined using the Lemeshow formula. Data were collected through a questionnaire that had undergone validity and reliability testing and were subsequently analyzed using simple linear regression analysis. The results showed that the digital marketing strategy through Instagram had a positive and significant effect on consumer interest in Munifah Attire. The better the digital marketing strategy through Instagram was implemented, the higher the consumer interest in the services offered. Therefore, digital marketing strategy through Instagram plays an important role in increasing consumer interest in Munifah Attire.

Keywords: Consumer Interest, Digital Marketing, Instagram, Marketing Strategy, Munifah Attire

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Perumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Strategi Pemasaran Digital Melalui Instagram.....	10
2.1.1.1 Strategi.....	10
2.1.1.2 Strategi Pemasaran	11
2.1.1.3 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	13
2.1.1.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	14
2.1.1.5 Media Sosial	15
2.1.1.6 Instagram	20
2.1.2 Minat Konsumen	22
2.1.3 Munifah Attire.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Definisi Variabel Operasional	35
3.5 Jenis Dan Sumber Data.....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Instrumen Penelitian	36
3.8 Teknik Analisis	37
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.9 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40

3.10 Uji Hipotesis	40
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	42
4.1 Deskripsi Data	42
4.1.1 Karakteristik Responden	44
4.1.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.1.2 Berdasarkan Usia.....	45
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.2 Analisis Data.....	51
4.2.1 Skala Likert	51
4.3 Uji Instrumen	53
4.3.1 Uji Validitas	53
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1 Uji Normalitas	55
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	56
4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	56
4.6 Uji Hipotesis	57
4.6.1 Uji Parsial (t)	57
4.7 Uji Koefisien Determinasi	58
4.8 Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	87

Intelligentia - Dignitas