

**PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PERAWATAN KECANTIKAN SCARLETT WHITENING**

Oleh:

Nama : Ferry Irawan

NIM : 29199008

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN KECANTIKAN SCARLETT WHITENING

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kia Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Diajukan Oleh :

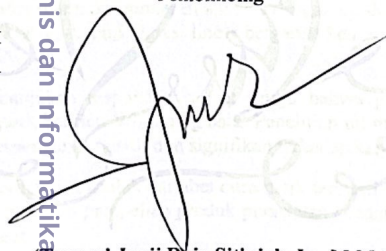
Nama : Ferry Irawan

NIM : 29199008

Jakarta, April 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Pimpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, April 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN

KECANTIKAN SCARLETT WHITENING

Diajukan Oleh :

Nama : Ferry Irawan

NIM : 29199008

Jakarta, April 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, April 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Ferry Irawan / 29199008 / 2022 / Pengaruh Promosi di sosial media Instagram dan Citra merk terhadap Keputusan Pembelian produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening / Pembimbing: Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.,

Pada era ini, setiap perusahaan bersaing untuk menjadi yang terbaik dalam bisnis yang digelutinya, salah satunya termasuk bisnis produk perawatan kecantikan. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk dapat melakukan inovasi dalam promosi serta dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda dari pesaing. Pada dasarnya, semakin banyak produk yang dijual dipasar, maka semakin banyak pula pilihan konsumen untuk penggunaan produk perawatan kecantikan, hal tersebut menjadi peluang bisnis bagi pengusaha yang mencoba peruntungannya membuat usaha *produk perawatan kecantikan*..maka dari itu perlu dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Promosi di sosial media Instagram dan Citra merk terhadap Keputusan Pembelian produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening.

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi di media sosial Instagram dan citra merk sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli atau menggunakan produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening di wilayah Jakarta Barat dalam 2 bulan terakhir pada bulan Februari 2022 melalui *Google Form*. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner di analisis dengan uji deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 20

Hasil penelitian menunjukkan responden sangat setuju bahwa promosi di media sosial Instagram dan citra merk Scarlett Whitening baik. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa citra merk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel citra merk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan kecantikan Scarlett Whitening di wilayah Jakarta Barat.

Kata Kunci: Promosi , Media Sosial , Instagram , Citra merk , Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Ferry Irawan / 29199008 / 2022 / *The Influence of Promotion on Instagram and Brand Image on Purchase Decisions for Scarlett Whitening beauty care products / Supervisor: Tumpal Promise Raja Sitinjak, Ir., M.M.,.*

In this era, every company competes to be the best in the business they are in, one of which includes the beauty care product business. Increasingly fierce business competition requires every company to be able to innovate in promotion and in meeting customer needs that are different from competitors. Basically, the more products that are sold in the market, the more consumer choices for the use of beauty care products, it becomes a business opportunity for entrepreneurs who try their luck to make a beauty care product business.. therefore this research needs to be done to find out the Effect of Promotion on social media Instagram and brand image on purchasing decisions of Scarlett Whitening beauty care products.

The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study were promotions on social media Instagram and brand image, while the dependent variable in this study was purchasing decisions.

This research was conducted by distributing questionnaires to consumers who bought or used Scarlett Whitening beauty care products in the West Jakarta area in the last 2 months in February 2022 via Google Form. The data obtained from the results of the questionnaire distribution were analyzed using descriptive tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression tests and then processed using the SPSS version 20 program.

The results showed that respondents strongly agreed that promotion on social media Instagram and Scarlett Whitening's brand image was good. This study found that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that the brand image variable has a positive and significant effect on purchasing decisions for Scarlett Whitening beauty care products in the West Jakarta area.

Keywords: *Promotion, Social Media, Instagram, Brand image, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR





Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Gie.

Dalam upaya untuk menyusun laporan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan kepada penulis.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
3. Keluarga penulis yang memberikan dukungan penuh selama proses penyusunan skripsi.
4. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
5. Teman-teman yang turut serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan memiliki keterbatasan baik isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Pada akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan serta masukan bagi penelitian skripsi selanjutnya.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Jakarta, Apri. 2022

Ferry Hwan

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii



ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Batasan Penelitian	11
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	14
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Tempat dan Waktu Penelitian	41

Hal cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Variabel Penelitian	42
C E. Teknik Pemilihan Sampel	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	55
B. Analisis Deskriptif	57
C. Hasil Penelitian	62
D. Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Scarlett Whitening.....Error!

Bookmark not defined.

Gambar 1. 2 Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-Commerce bulan Mei 2021Error!

Bookmark not defined.

Gambar 4. 1 Logo Perusahaan..... Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 2 Rangkaian Produk Scarlett Whitening..... Error! Bookmark not defined.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Skor Jawaban Dalam Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Rentang Skala	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Variabel Promosi di media sosial Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel Citra merk.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Promosi di Media Sosial Instagram.	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Citra merk.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi di media sosial Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra merk.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Analisis Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Analisis Profil Responden Berdasarkan Usia Responden ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Analisis Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 18 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 1	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 1	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 1	Error! Bookmark not defined.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.