

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN MILENIAL DAN  
*DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SKINCARE JUSTMINE BEAUTY*  
DI MASA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS - TUGAS DAN MEMENUHI SALAH  
SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN



Oleh :

**ANANDA VIRA YULYANTY**

**NPM: S1-0218.114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA  
2022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

---

**PENGESAHAN PROPOSAL**

JUDUL : PENGARUH PERILAKU KONSUMEN MILENIAL DAN *DIGITAL  
MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE  
JUSTMINE BEAUTY* DI MASA PANDEMI COVID-19

OLEH : ANANDA VIRA YULYANTY

NPM : S1-0218.114

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

( Syarief Gerald P, S.E., MM., M.Si., M.Ak )

( Vera Clara S, S.Sos., MM )

PENGUJI I

PENGUJI II

(.....)

(.....)

Bogor, .....2022

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(DR. Ismulyana Djan, SE., MM)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan banyak rahmat, nikmat serta karunia-Nya dan tak lupa shalawat serta salam peneliti lantunkan kepada nabi besar Muhammad SAW sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Proposal dengan judul “ **PENGARUH PERILAKU KONSUMEN MILENIAL DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE JUSTMINE BEAUTY* DI MASA PANDEMI COVID-19** ”.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini, peneliti dengan tulus dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dengan memberikan masukan dan kontribusi yang berarti dalam proses penyelesaian proposal ini, karenanya perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM selaku Rektor Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rekor II dan Ibu Yustiana Wardhani S.Hut., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Syarief Gerald P, S.E., MM., M.Si., M.Ak selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Vera Clara S, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan, saran dan pengarahan kepada peneliti.

4. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang sangat berjasa dalam membimbing peneliti selama studi di Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Kedua orangtua saya Bapak Sugiarto dan Ibunda Sriyulyastuty, S.Pd yang selalu mendoakan, memberi dukungan, dan memotivasi yang sungguh tidak ternilai dan tidak terbalaskan.
6. Rekan - rekan mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan Proposal.

Akhir kata, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kami maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, Oktober 2022

Ananda Vira Yulyanty

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Kegunaan Penelitian .....	13
G. Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>16</b>
A. Perilaku Konsumen .....	16
B. Generasi Milenial .....	22
C. <i>Digital Marketing</i> .....	24
D. Keputusan Pembelian.....	33
E. Perawatan Wajah .....	40
F. <i>Justmine Beauty</i> .....	40
G. Penelitian Terdahulu .....	41
H. Kerangka Pemikiran.....	46
I. Hipotesis Penelitian .....	47
<b>BAB III Metodologi Penelitian .....</b>	<b>50</b>
A. Metode Penelitian.....	50
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	50
C. Populasi dan Sampel.....	51

D. Variabel Penelitian .....	53
E. Operasional Variabel .....	55
F. Jenis dan Sumber Data.....	57
G. Uji Instrument .....	58
H. Metode Analisis Data.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Produk paling populer di <i>platform e-commerce</i> Indonesia tahun 2021 .....	3
Gambar 2.	Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2018 - 2022 ...	4
Gambar 3.	Pangsa pasar <i>skincare</i> di Kota Bogor .....	8
Gambar 4.	Produk <i>skincare</i> terlaris dari top 10 brand lokal di Kota Bogor Tahun 2022 .....	10
Gambar 5.	Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 6.	Tahap - Tahap dalam Proses Pembelian.....	35
Gambar 7.	Kerangka Pemikiran .....	46

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 2. Operasional Variabel .....	55
Tabel 3. Skala Likert.....	58
Tabel 4. Interpretasi Koefisien Korelasi .....	65



## DAFTAR LAMPRIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	72
----------------------------	----