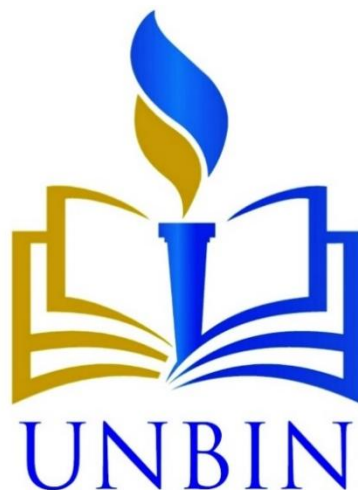


**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING
INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE PADA KLINIK
KECANTIKAN DEBEAUTIC**

SKRIPSI

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



**VIRA MAULINA
NPM S1-0219029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2025**

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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vira Maulina
NPM : S1-0219029
**Judul : Pengaruh Social Media Marketing Instagram
Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Skincare Pada Klinik
Kecantikan Debeautic**

Disetujui:

Dosen Pembimbing

(Sumardjono, S.E., M.M.)

Tim Penguji:

Dosen Penguji I

Dosen Peguji II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Wartoyo Hadi, S.E., M.M.)

Mengetahui:

Ketua Program Studi

DEKAN

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kehadiran Allah SWT bahwa pada akhirnya skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare pada Klinik Kecantikan Debeautic” ini telah peneliti selesaikan sesuai dengan rencana yang telah peneliti tentukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak. selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia
3. Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom. selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia
4. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Dekan Falkultas Ekonomi dan Bisnis dan selaku Ketua Program Studi Manajemen Univeritas Binaniaga Indonesia.
5. Bapak Sumardjono, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan serta masukan dengan sangat baik sampai selesai skripsi ini.

6. Bapak/Ibu dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu serta pelayanan yang sangat baik kepada peneliti.
7. Bapak Dede Muslim dan Ibu Nurjanah selaku kedua orang tua tercinta yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, dan memberikan nasihat kepada peneliti hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Lismia Andriani, S.M selaku kakak, yang selalu membantu, menemani, dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan Charisma Ulandari dan Nadila Mustikasri yang selalu mendukung satu sama lain dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Rekan mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi.

Peneliti menyadari bahwa masih ada kekurangan dari skripsi ini, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat lebih baik lagi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi peneliti, maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, Mei 2025

Vira Maulina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah.....	14
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian.....	15
F. Manfaat Penelitian	16
G. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Pemasaran	18
B. Manajemen Pemasaran.....	19
C. Keputusan Pembelian.....	19
D. <i>Social Media Marketing</i> Instagram.....	26
E. Kualitas Produk.....	30
F. Penelitian Terdahulu.....	34
G. Kerangka Pemikiran.....	43
H. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
A. Metode Penelitian.....	47
B. Tempat Penelitian.....	47
C. Variabel Penelitian	48
D. Operasional Variabel	49
E. Populasi dan Sampel	51
F. Jenis dan Sumber Data	53
G. Teknik Analisis Data	57

H. Jadwal Penelitian.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Tentang Perusahaan.....	64
B. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Klinik Kecantikan di Daerah Kota Bogor	6
Tabel 2 Data Penjualan Produk Skincare Debeautic	8
Tabel 3 Hasil Prasurvey Keputusan Pembelian	9
Tabel 4 Hasil Prasurvey Social Media Marketing Instagram.....	11
Tabel 5 Hasil Prasurvey Kualitas Produk	12
Tabel 6 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 7 Operasional Variabel	50
Tabel 8 Skala Likert	55
Tabel 9 Interval Kelas	57
Tabel 10 Ringkasan Pedoman Umum Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural.....	62
Table 11 Jadwal penelitian	63
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 15 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	69
Tabel 16 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili/Alamat	70
Tabel 17 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Produk Skincare Debeautic.....	70
Tabel 18 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengikut Instagram Debeautic..	71
Tabel 19 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 20 Distribusi Frekuensi Social Media Marketing Instagram (X1).....	73
Tabel 21 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (X2)	74
Tabel 22 Hasil Loading Factor	76
Tabel 23 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	78
Tabel 24 Hasil Validitas Discriminant	79
Tabel 25 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 26 Hasil Uji R-Square	82
Tabel 27 Hasil Uji Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia	2
Gambar 2 Most Used Social Media di Indonesia.....	4
Gambar 3 Social Media Instagram Debeautic	5
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 5 Diagram Evaluasi Model Pengukuran.....	58
Gambar 6 Model Struktural (Inner Model)	60
Gambar 7 Logo Debeautic	65
Gambar 8 Hasil Pengujian Outer Loading	75
Gambar 9 Hasil Uji Hipotesis	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2 Hasil Tabulasi data Mentah	105
Lampiran 3 Hasil Outer Loadings	108
Lampiran 4 Hasil Discriminant Validity	110
Lampiran 5 Hasil Construct Reability dan Validity	112
Lampiran 6 Hasil Pengujian Inner Model	113