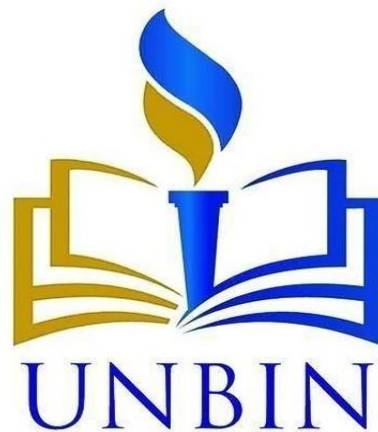


**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA JASA *TREATMENT* DI KLINIK
KECANTIKAN DEBEAUTIC**

SKRIPSI

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



**NURMALITA SUCI FAUZIAH
NPM 19210013**

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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nurmalita Suci Fauziah

NPM : 19210013

**Judul : Pengaruh Promosi melalui Media Sosial *Instagram* dan
Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada
Jasa Treatment di Klinik Kecantikan Debeautic**

Disetujui :

Dosen Pembimbing

Dr. Syarief Gerald Prasetya, S.E., M.M., M.Si., M.Ak.

Dosen Penguji :

Dosen Penguji I

Dosen Penguji I

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.

Sumardjono, 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 penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Promosi melalui Media Sosial *Instagram* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa *Treatment* di Klinik Kecantikan Debeautic**”.

Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkah dan karunia-Nya dengan memberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan waktu yang diharapkan.
2. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.Ak., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM., M.Si., M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
5. Bapak Dr. Syarief Gerald Prasetya, S.E., M.M., M.Si., M.Ak., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran selama memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Binaniaga Indonesia yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Keluarga yang paling penulis cintai dan sayangi yaitu kedua orang tua saya Endra Suhendra, S.Pd., dan Siti Hadijah serta kedua adik saya Salsabila Sazkia dan Naira Syauqia, yang telah memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi serta pengorbanan yang diberikan dengan tulus selama ini.
8. Keluarga dan orang terdekat saya yang sudah memberikan doa dan dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Manajemen dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berhadap semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi penulis sendiri dalam rangka pengembangan pendidikan di masa kini dan masa yang akan datang.

Bogor, September 2025

Nurmalita Suci Fauziah

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian	13
G. Sistematika Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Kajian Teori.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pemikiran.....	44
D. Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Metodologi Penelitian	49
B. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	50
C. Populasi dan Sampel	53
D. Metode Pengumpulan Data	54
E. Metode Analisa Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72
A. Gambaran Mengenai Objek Penelitian	72
B. Profil Responden.....	74
C. Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas	76
D. Uji Asumsi Klasik	82

E. Analisis Deskriptif	86
F. Analisis Koefisien Korelasi.....	88
G. Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
H. Uji Hipotesis	90
I. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	92
J. Pembahasan Hasil Penelitian	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Penjualan Layanan <i>Treatment</i>	7
Tabel 2 Hasil Pra Survei Promosi melalui Media Sosial <i>Instagram</i>	8
Tabel 3 Hasil Pra Survei <i>Word of Mouth</i>	9
Tabel 4 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian.....	9
Tabel 5 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 6 Operasional Variabel	51
Tabel 7 Skala <i>Likert</i>	55
Tabel 8 Rantang Skala.....	64
Tabel 9 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 10 Profil Responden	74
Tabel 11 Hasil Uji Validasi Variabel Promosi melalui Media Sosial <i>Instagram</i> ...	77
Tabel 12 Hasil Uji Validasi Variabel <i>Word of Mouth</i>	78
Tabel 13 Hasil Uji Validasi Variabel Keputusan Pembelian	79
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi melalui Media Sosial <i>Instagram</i>	80
Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word of Mouth</i>	80
Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 17 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 18 Hasil Uji Multikolinearitas	83
Tabel 19 Hasil Uji Linearitas Variabel Promosi melalui Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap Keputusan Pembelian	85
Tabel 20 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 21 Hasil Uji Analisis Deskriptif	86
Tabel 22 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	88
Tabel 23 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
Tabel 24 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	90
Tabel 25 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	91
Tabel 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Minat Pelanggan Menggunakan Jasa <i>Treatment</i>	2
Gambar 2 Tahapan Keputusan Pembelian	32
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4 Histogram Uji Normalitas	83
Gambar 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	84

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	104
LAMPIRAN 2 Hasil Uji Validitas	110
LAMPIRAN 3 Hasil Uji Reliabilitas	116
LAMPIRAN 4 Tabulasi Data Responden	119
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	128
LAMPIRAN 6 Hasil SPSS	130
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Hipotesis	131