

**PENGARUH CITRA MEREK, *BEAUTY INFLUENCER* DAN *INSTAGRAM*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
DI KOTA MAJENANG**

SKRIPSI



ADELWEIS K.P.C.A.Z

11-1701002

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YAYASAN KELUARGA
PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, *BEAUTY INFLUENCER* DAN *INSTAGRAM*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA
DI KOTA MAJENANG**

Diajukan Oleh : Adelweis K.P.C.A.Z

No. Mhs 111701002

Yogyakarta, 28 Januari 2022 Telah Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



Dra. Any Agus Kana, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, BEAUTY INFLUENCER DAN
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK EMINA DIKOTA MAJENANG

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan penguji

Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN

Yogyakarta

Tanggal: 11 Februari 2022

Yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Any Agus Kana, M. M

Anggota



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M. B. A

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: "Pengaruh citra merek, *beauty influencer* dan instagram terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Emina dikota Majenang " dan diajukan untuk diuji pada tanggal 11 Februari 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisnya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 11 Februari 2022



Adelweis K.P.C.A.Z

Saksi I, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi

Dra. Any Agus Kana, M.M

Saksi 2, sebagai ketua tim penguji skripsi

Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M. B. A

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT yang maha Kuasa memberikan pertolongan ridho dan petunjuk sehingga penulis diberi kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik :

Terimakasih atas dukungan, motivasi dan do'a dari semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian penyusunan Skripsi. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Keempat orangtua penulis, Bapak Oong Zulkifli dan Ibu Sri Hartatik serta Bapak Heriyanto Marbun dan Ibu Endang Winarni yang selalu mendukung baik dalam keadaan suka dan duka, memotivasi dan mendo'akan penulis dalam penyusunan Skripsi.
2. Dosen pembimbing Ibu Dra. Any Agus Kana, M.M yang membimbing, mendampingi serta meluangkan waktu dan memberikan dukungan kepada penulis.
3. Semua Adik tersayang Ria Anggraeni dan Ningtyas Indrawati yang selalu mendukung, memotivasi dan berjuang bersama-sama dalam penulisan skripsi.
4. Semua sahabat perantauan penulis Evan Andriansyah, Fanny Awaliyah .S, Elmira Safitri meluangkan waktu dan memberikan dukungan kepada penulis.
5. Semua sahabat terdekat Dian Ayu Prastika, Vrischa Titania Sevira dan Risky Puguh Pradana yang selalu sabar mendengarkan seluruh keluh kesah dan memotivasi penulis.
6. Sahabat Balakurawa Sri Rahayu, Indah Ayu Agustin, Hari Agung Mulyana dan Yopi Ali Wardana yang selalu menghibur dan memberikan semangat kepada penulis.
7. Berbagai pihak lain yang telah memberikan bantuan sehingga memperlancar penuli dalam kegiatan dan penulisan Skripsi ini.

MOTTO

“Jangan diam pada zona nyamanmu, keluarlah bangkit dan cari sesuatu yang dapat membuatmu lebih berkembang maju. Setiap keputusan pasti ada resiko namun jangan takutakan kegagalan”

“Yang membuatku terus berkembang adalah tujuan-tujuan hidupku”

~Muhammad Ali

“Manusia takkan tau kekuatan maksimalnya sampai ia berada dalam konsidi di mana ia dipaksa kuat untuk bisa bertahan”

~ Merry Riana

“Apa yang kita dapatkan adalah apa yang kita usahakan”

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, BEAUTY INFLUENCER DAN INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA DIKOTA MAJENANG ”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana di STIM YKPN Yogyakarta. Keberhasilan dalam penulisan Skripsi ini tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
2. Dra. Any Agua Kana, M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan ikhlas serta tulus hati guna memberikan arahan, bimbingan, dan saran yang bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terwujud dan terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada penulis.
4. Keempat orangtua penulis Bapak Oong Zulkifli dan Ibu Sri Hartatik serta Bapak Heriyanto Marbun dan Ibu Endang Winarni serta teman-teman dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan dan menyelesaikan penulisan Skripsi.

5. Berbagai pihak lain yang telah memberikan bantuan sehingga memperlancar penulis dalam kegiatan dan penulisan Skripsi ini.

Akhir kata, kesempurnaan hanya milik Allah SWT, penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, akan tetapi penulis berharap Skripsi ini akan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama yang terkait dengan manajemen pemasaran, khususnya perilaku konsumen.

Yogyakarta, 11 Februari 2022

Adelweis K.P.C.A.Z

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, *BEAUTY INFLUENCER* DAN INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK EMINA DIKOTA MAJENANG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, beauty influencer dan instagram terhadap keputusan pembelian kosmetik Emina dikota Majenang dan sekitarnya. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form*. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna kosmetik Emina dikota Majenang dan sekitarnya. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, *beauty influencer* dan instagram berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik Emina dikota Majenang dan sekitarnya.

Kata Kunci : Citra Merek, Beauty Influencer, Instagram, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BEAUTY INFLUENCER AND INSTAGRAM ON THE PURCHASE DECISION OF EMINA COSMETICS IN MAJENANG CITY

This study aims to determine the effect of brand image, beauty influencer and Instagram on Emina's cosmetic purchasing decisions in the city of Majenang. The data collection method used a questionnaire distributed via google form. The population of this study is Emina cosmetic users in the city of Majenang. Sampling was done using Non-Probability Sampling with purposive sampling technique. The number of samples is 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that brand image, beauty influencers and Instagram have a positive and significant effect partially on Emina's cosmetic purchasing decisions in the city of Majenang.

Keywords: Brand Image, Beauty Influencer, Instagram, Purchase Decision

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Konsep Pemasaran.....	7
2. Produk.....	8
3. Konsep Pemasaran.....	9
4. Perilaku Konsumen.....	11
5. Keputusan Pembelian.....	11
6. Brand Image / Citra Merek.....	18
7. Beauty Influencer.....	18
8. Instagram.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Definisi Konsep.....	29
B. Definisi Oprasional.....	30
C. Obyek dan Subyek Penelitian.....	36
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Metode Pengambilan Sampel.....	37
F. Teknik pengambilan data.....	38
G. Metode analisis data.....	39
1. Uji Instrumen.....	39

2. Uji asumsi dasar (Uji Normalitas).....	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	41
4. Uji Hipotesis	42
5. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	43
BAB IV.....	44
GAMBARAN PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	44
A. Gambaran Umum Perusahaan	44
1. Sejarah Perusahaan	44
2. PROFIL EMINA.....	45
B. Analisis Data.....	49
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. KESIMPULAN	65
B. SARAN.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Uji Pendahuluan Validitas 30 responden.....	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan 30 responden.....	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin,Usia, Frekuensi Penggunaan produk dan Penggunaan Instagram.....	52
Tabel 4. 4 Hail Uji Validitas	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heterokedastisitas	58
Tabel 4. 9 Hasil Analisi Regresi Berganda	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji t (Parsial)	61
Tabel 4. 11 Hasil Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT Paragon Technology and Innovation.....	44
Gambar 4. 2 Logo Emina	46
Gambar 4. 3 Logo Filosifi Emina	47
Gambar 4. 4 Logo Filosofi Emina	47
Gambar 4. 5 Logo filosofi Emina.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Responden.....	71
Lampiran 2. Data Responden	76
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden.....	79
Lampiran 4. Uji pendahuluan 30 responden.....	82
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	87
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	91
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	93
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas	94
Lampiran 9 Uji Heterokedastisitas.....	94
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	94
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	95