

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK LUXCRIME DI
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada
Program Studi Manajemen



ADE ELINDA

1961201024

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi :Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image*
Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Luxcrime di Jakarta
Selatan
Nama :Ade Elinda
NIM :1961201024
Prodi/Konsentrasi :S1 Manajemen/Manajemen Pemasaran

Telah diujikan pada tanggal 26 Agustus 2023 di hadapan Tim Penguji Sidang
Skripsi dan dinyatakan lulus.

Pembimbing,



Tito Siswanto, S.E., M.M
NIDN : 0305108704

Penguji,



Imal Istimal, S.E., M.Si
NIDN: 0311057505

Ketua Program Manajemen



Ayi Muhyidin, S.E., M.M
NIDN : 0304019004

Wakil Rektor I Bidang Akademik



I-Sutia Budi, S.E., M.Si
NIDN: 197905092005011001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Luxcrime di Jakarta Selatan” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Jika di kemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Jakarta, 25 September 2023



Ade Elinda

NIM : 1961201024

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puja dan puji serta syukur saya haturkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat dan karunia-Nya, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Dengan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan mempersembahkan karya ini teruntuk:

1. Kedua orang tua penulis yang terkasih yaitu Ibu Kunipah dan Bapak Atik Sodikin serta kakak saya Purwangga, juga seluruh keluarga dan kerabat yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
2. Kedua saudara saya Azahra Hikmah dan Anisa Maharani yang setia menemani penulis dalam berproses hingga mendapatkan gelar sarjana ini.
3. Keluarga besar grup belajar (Fanisa Alivia, Muzdaliffa Syacharani, Fira Nur Fahira, Annisa Wulandari, Rivaldi, dan Hartono) terima kasih sudah selalu ada sejak awal masuk kuliah hingga saat ini.
4. Teruntuk Moko Taufik Hurohman yang setia menemani hari-hari penulis, terima kasih selalu merayakan apapun yang telah penulis capai selama ini.
5. Teruntuk Umi Ida dan Abi Enda yang telah mengirimkan do'a sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan pendidikan ini.
6. Rekan-rekan magang penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta pengalaman yang berkesan.
7. Seluruh teman-teman jurusan manajemen angkatan 2019 yang telah berjuang bersama sehingga kita dapat menyelesaikan studi ini tepat waktu.
8. Para responden yang telah meluangkan waktu dan tenaga telah membantu penulis dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini.
9. Kepada semua pihak yang telah memberikan pembelajaran selama perkuliahan, dan juga membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil Aalamin, segala puji atas nikmat Iman, Islam, dan sehat wal'afiat serta karunia yang telah dilimpahkan Allah SWT kepada kita semua sehingga sampailah penulis pada titik ini. Shalawat dan juga salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita semua mendapatkan syafaatnya di yaumul qiyamah nanti. Judul yang penulis ambil dalam skripsi ini adalah “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Luxcrime di Jakarta Selatan”. Judul ini sesuai dengan konsentrasi yang penulis ambil, yaitu tentang manajemen pemasaran. Atas selesainya penulisan skripsi ini, penulis akan menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Ayi Muhyidin, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
2. Bapak Tito Siswanto, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi dalam penelitian ini.
3. Bapak Imal Istimal S.E., M.Si, sebagai dosen penguji pada ujian skripsi.
4. Seluruh dosen dan civitas akademika ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang telah memberikan pengetahuan serta ilmunya selama dibangku perkuliahan.

Dan tak lupa penulis ucapkan terima kasih juga kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, serta untuk orang-orang yang hadir dalam kehidupan penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan bagi pembaca, dan bagi peneliti selanjutnya, serta bagi mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta

Jakarta, 25 September 2023

Penulis

(Ade Elinda)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Obyek dan Waktu Penelitian.....	24
3.3 Variabel Penelitian	25
3.4 Operasionalisasi Variabel	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	28

3.7 Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	34
4.2 Deskripsi Data	40
4.3 Hasil Interpretasi	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	25
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.3 Tabel Skala Pengukuran	28
Tabel 4.1 Distribusi jawaban responden indikator <i>content creation</i>	44
Tabel 4.2 Distribusi jawaban responden indikator <i>content sharing</i>	45
Tabel 4.3 Distribusi jawaban responden indikator <i>connecting</i>	46
Tabel 4.4 Distribusi jawaban responden indikator <i>community building</i>	48
Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden indikator <i>Favorability of brand associations</i>	49
Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden indikator <i>Strength of brand associations</i>	50
Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden indikator <i>Uniqueness of brand associations</i>	51
Tabel 4.8 Distribusi jawaban responden indikator Minat Transaksional.....	52
Tabel 4.9 Distribusi jawaban responden indikator Minat Refrensi.....	53
Tabel 4.10 Distribusi jawaban responden indikator Minat Prefrensi.....	54
Tabel 4.11 Distribusi jawaban responden indikator Minat Eksploratif	55
Tabel 4.12 Hasil Outer Model Tahap Pertama.....	57
Tabel 4.13 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	59
Tabel 4.14 Hasil <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i> Tahap Pertama	60
Tabel 4.15 Hasil Outer Loading Tahap Akhir	61
Tabel 4.16 <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i> Tahap Kedua	62
Tabel 4.17 Nilai <i>R square</i>	63
Tabel 4.17 <i>Path Coefficient</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top brand bedak terlaris 2022.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Gambar Media Sosial Luxcrime	35
Gambar 4.2 Logo Luxcrime.....	36
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Luxury Cantika Indonesia	36
Gambar 4.4 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	40
Gambar 4.5 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	41
Gambar 4.6 Karakteristik responden berdasarkan status	42
Gambar 4.7 Karakteristik responden berdasarkan media sosial yang dimiliki.....	42
Gambar 4.8 Karakteristik responden berdasarkan lama bermain media sosial dalam sehari	43
Gambar 4.9 Karakteristik responden berdasarkan insensitas pembelian	43
Gambar 4.10 Diagram Jalur (Outer Model Fit)	57
Gambar 4.11 Diagram Jalur (Outer Model Fit)	61