



**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK POND'S
(STUDI KASUS PADA TOKO JUN KOSMETIK DI KOTA SOLOK)**

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun:

Nama: Helmi Yendra Putri

NIM: 14020217120001

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helmi Yendra Putri

NIM : 14020217120001

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Produk Kosmetik Pond's**

(Studi Kasus Pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok)

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmu orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjana).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan bilamana semestinya.

Semarang, 03 Juni 2022

Pembuat pernyataan



Helmi Yendra Putri
NIM. 14020217120001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's
(Studi Kasus Pada Toko Jun Kosmetik Di Kota Solok)

Nama Penyusun : Helmi Yendra Putri

NIM 14020217120001

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 28 Juni 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.

NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S

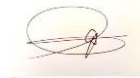


Dosen Penguji

2. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S



3. Drs. Agus Hermani DS., MM



4. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos,



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Live, Laught, & Love”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang terus menerus mendoakan saya dan juga selalu mendukung saya untuk terus selalu bersyukur dan berusaha menyelesaikan skripsi ini.
2. Adik saya, Hasanah yang selalu memberikan semangat dan sudah banyak memberikan dukungan secara moril maupun materi dalam penyusunan skripsi.
3. Pihak Toko Jun Kosmetik Solok Mbak Ane yang sudah memberikan kesempatan saya untuk meneliti dan membantu penyelesaian skripsi saya.
4. Agustiono yang selalu ada untuk membantu, memberi semangat dan mendengar segala keluh kesah saya. Terima kasih sudah membuat tertawa dan tersenyum disaat hari-hari sulit mengerjakan skripsi hingga skripsi selesai. Terima kasih sudah bertemu saya dan menemani saya sampai selesai.
5. Untuk sahabat saya semasa kuliah Zahra Putri Fauziah yang selalu memberikan dukungan semangat dan banyak support lainnya untuk mengerjakan tugas kuliah dan juga skripsi. *Loveyou bestie!*
6. Dosen Pembimbing I dan II saya, Prof. Ari dan Pak Agus yang selalu membimbing dalam proses penyusunan Skripsi
7. Untuk Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah membantu saya selama menempuh pendidikan perkuliahan.
8. Untuk teman-teman dekat saya yang selalu membantu saya semasa perkuliahan, Yayang, Anggi, Kharina, Heru, Dedek, Ismi, Hida, Tita, Dela, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Terima kasih atas candaan dan bantuannya saat masa-masa perkuliahan.
9. Untuk teman-teman seperbimbingan, V. Nia, Mega, Ata, Salma, dan Yusenda yang telah saling membantu dan menyemangati saat menyusun skripsi.

10. Untuk teman-teman dekat semasa SMA saya sampai sekarang, Ninit, Indah, Eti, Redni, Amoy, Sadri, Rijal yang sudah banyak mendoakan saya dan memberikan dukungan moril untuk menyelesaikan skripsi.
11. Untuk teman-teman demisioner laskar aguna yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah mewarnai kehidupan kuliah saya.
12. Untuk teman-teman Ekobis periode 2017, 2018, dan 2019 yang sudah memberikan pengalaman ber organisasi dan membantu saya menjadi karakter yang lebih baik.

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK
KOSMETIK POND'S**

(STUDI KASUS PADA TOKO JUN KOSMETIK DI KOTA SOLOK)

ABSTRAK

Produk Pond's merupakan salah satu merek perawatan kecantikan dan kesehatan wajah dengan kualitas yang terpercaya. Produk pond's telah digunakan dari berbagai kalangan usia, mulai dari remaja hingga usia 30-an. Produk pond's menawarkan berbagai manfaat untuk mengatasi permasalahan pada kulit seperti noda jerawat, kulit berminyak, dan adanya kerutan pada wajah. Banyaknya bermunculan produk serupa membuat tingkatan penjualan produk pond's pada toko jun kosmetik menjadi rendah dibandingkan dua produk pesaingnya yaitu produk wardah dan *Maybelline*. Diduga promosi media sosial dan citra merek menjadi faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk pond's. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk pond's di toko jun kosmetik Solok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi media sosial (X1) dan variabel citra merek (X2) memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel promosi media sosial dan citra merek dipersepsikan menarik dan baik oleh responden akan tetapi belum dilaksanakan secara maksimal karena masih terdapat beberapa indikator yang berada dibawah rata-rata. Disarankan agar produk pond's lebih menciptakan konten yang menarik pada promosi media sosial pond's agar masyarakat lebih tertarik dalam menggunakan produk pond's dan lebih meningkatkan kualitas dan keunggulan yang dimiliki produk pond's sehingga memiliki citra yang lebih baik dimata konsumen.

Kata kunci: Promosi media sosial; Citra merek; Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF SOSIAL MEDIA PROMOTION AND BRAND IMAGE ON
CONSUMER PURCHASE DECISIONS OF POND'S COSMETIC
PRODUCTS (CASE STUDY ON JUN COSMETICS SHOP IN SOLOK CITY)***

ABSTRACT

Pond's products are a trusted quality beauty and facial health care brand. Pond's products have been used by people of all ages, from teenagers to their 30s. Pond's products offer various benefits to overcome skin problems such as acne blemishes, oily skin, and wrinkles on the face. The number of similar products appearing makes the level of sales of Pond's products at Jun cosmetics shops to be low compared to two competing products, namely Wardah and Maybelline products. It is suspected that social media promotion and brand image are factors that can influence purchasing decisions for pond's products. This study aims to determine the effect of social media promotion and brand image on purchasing decisions on pond's products at the Jun cosmetics store, Solok. The results showed that the social media promotion variable (X1) and the brand image variable (X2) had a significant and positive influence on the purchasing decision variable (Y). The variables of social media promotion and brand image are perceived as attractive and good by the respondents but have not been implemented optimally because there are still several indicators that are below the average. It is recommended that pond's products create more interesting content in pond's social media promotions so that people are more interested in using pond's products and further improve the quality and advantages of pond's products so that they have a better image in the eyes of consumers.

Keywords: Social media promotion; Brand image; Buying decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: “Pengaruh Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond’s (Studi Kasus Pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok)” ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Reni Shinta Dewi., M.Si., S.Sos selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati M.S selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Agus Hermani DS, MM selaku dosen penguji II yang telah membantu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Reni Shinta Dewi., M.Si., S.Sos selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan

kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 03 Juni 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Helmi Yendra Putri', written in a cursive style.

Helmi Yendra Putri

NIM. 14020217120001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Kosmetik di Toko Jun Kosmetik 2020	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 2 Usia Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 3 Pekerjaan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 5 Jenis Produk yang Biasa dibeli	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 6 Jenis produk lain yang digunakan selain Pond's	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Promosi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Media Sosial, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5 Kemenarikan Konten	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 6 Kemudahan Pemahaman Bahasa	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 7 Kejelasan Informasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 8 Kemenarikan Minat Kerjasama	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 9 Kemenarikan Minat jalinan Hubungan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 10 Kemudahan Bertukar Informasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 11 Kemudahan Mengumpulkan Informasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 12 Rekomendasi Produk Melalui Promosi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 13 Rekapitulasi Variabel Promosi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 14 Kategori Interval Promosi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 15 Distribusi Kategori Promosi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 16 Kualitas Produk Pond's di Mata Konsumen	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 17 Keunggulan Produk Pond's	Error! Bookmark not defined.

- Tabel 3. 18 Reputasi Porduk Pond's dimata Konsumen**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 19 Keandalan Produk Pond's** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 20 Keunikan Produk Pond's** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 21 Resiko Produk Pond's dimata Konsumen** . Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 22 Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Pond's**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 23 Kemasan Produk Pond's**..... Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 24 Kepopularan Produk Pond's** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 25 Rekapitulasi Jawaban Variabel Citra Merek**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 26 Kategorisasi Variabel Citra Merek** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 27 Distribusi Kategori Citra Merek** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 28 Jumlah Pembelian Konsumen Terhadap Produk POND's dalam Setiap Kali Pembelian** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 29 Nilai Pembelian Konsumen terhadap Produk Pond's**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 30 Ragam Jenis Pembelian Produk Pond's** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 31 Frekuensi Pembelian Konsumen Terhadap Produk Pond's** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 32 Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 33 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 34 Distribusi Keputusan Pembelian** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 35 Koefisien Korelasi Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 36 Regresi Linear sederhana Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian** Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 37 Koefisien Korelasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian** ... Error! Bookmark not defined.
- Tabel 3. 38 Regresi Linear Sederhana Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian** Error! Bookmark not defined.

Tabel 3. 39 Koefisien Korelasi Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Error! Bookmark not defined.

Tabel 3. 40 Regresi Linear Berganda Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Error! Bookmark not defined.

Tabel 3. 41 Uji F Promosi Media Sosial dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Award Kategori Pembersih Wajah 2017-2020	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia .	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 3 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 4 Uji t	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 5 Uji F	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1 Logo Toko Jun	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2 BAGAN STRUKTUR ORGANISASI TOKO JUN KOSMETIK..	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 2. 3 Anti acne facial foam	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 4 Anti bacterial facial foam	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 5 Bright beauty facial foam	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 6 Clear solution facial scrub	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 7 Clear solution clay foam	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 8 Bright beauty cleansing milk	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 9 Pond's Vitamin Micellar Water	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 10 Bedak Pond's	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 11 Acne defense+ oil fighterfacial foam	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 12 Energy charge whitening + anti dullness facial foam ..	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Gambar 2. 13 Energy Charge Icy Gel Scrub.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 14 Lightning Oil Clear All Day Bright+ Fresh Icy Scrub	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Gambar 2. 15 Bright Boost Brightening+Anti Dark Spots Facial Scrub	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 2. 16 Facebook Toko Jun.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 17 Instagram Toko Jun	Error! Bookmark not defined.