



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *BRAND IMAGE SKINCARE* DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @SOMETHINCOFFICIAL TERHADAP MINAT
BELI PRODUK**

(SURVEI PADA *FOLLOWERS* @SOMETHINCOFFICIAL)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Muhamad Mahfudin

NPM 193516516665

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024



NASIONAL UNIVERSITY

**THE INFLUENCE OF SKINCARE BRAND IMAGE ON
SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @SOMETHINCOFFICIAL ON
INTEREST IN BUYING PRODUCTS
(SURVEY ON FOLLOWERS @SOMETHINCOFFICIAL)**

Sarjana's Thesis

Submitted as one of the conditions for obtaining
Bachelor's degree in Communication Science (S.Ikom)

Muhamad Mahfudin

NPM 193516516665

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
NASIONAL UNIVERSITY**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Mahfudin
NPM : 193516516665
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Skincare Di Media Sosial
Instagram @Somethinofficial Terhadap Minat Beli
Produk (Survei Pada Followers @Somethinofficial)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Jakarta, 26 Januari 2024



Muhamad Mahfudin



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
NASIONAL**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Mahfudin
NPM : 193516516665
Program studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul skripsi : Pengaruh *Brand image* di media sosial Instagram
@somethincofficial terhadap minat beli produk (survey pada
followers somethinc)
Diajukan untuk : Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 8 Maret 2024

Dosen Pembimbing

(Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv.)

Dekan

(Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Muhamad Mahfudin
NPM : 193516516665
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Skincare Di Media Sosial Instagram @Somethincofficial Terhadap Minat Beli Produk (Survei Pada Followers @Somethincofficial)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

(.....)

Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

(.....)

Penguji : Dra. Masnah, M.Si.

(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 / 02 / 2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhamad Mahfudin
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516665
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image Skincare Di Media Sosial Instagram @Somethincofficial Terhadap Minat Beli Produk (Survei Pada Followers @Somethincofficial)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 20 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 26 Februari 2024

Ketua Sidang : Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

(.....)

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

(.....)

Penguji II : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

(.....)

Keterangan :

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Muhamad Mahfudin
NPM :193516516665
Fakultas/Akademik :Fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 20 Februari 2024


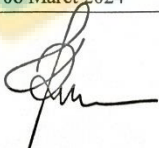

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Pengaruh *brand image skincare* di media sosial instagram @somethincofficial terhadap minat beli produk (survei pada *followers @somethincofficial*)

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

The influence of the skincare brand image on social media Instagram @somethincofficial on interest in buying products (survey of @somethincofficial followers)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 08 Maret 2024	TGL : 08 Maret 2024	TGL : 08 Maret 2024
 (Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv)	 (Djudjur Luciana R., S.Sos. M.S)	 (Muhamad Mahfudin)



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA

SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 20~~23~~/20~~24~~

Nama Mahasiswa : Muhamad Mahfudin
No. Pokok : 193516516665
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tempat Tgl. Lahir : Bogor, 29 Februari 2000
Alamat Rumah : Kp.Jampang Desa Wanaherang, Kecamatan
Gunung Putri, Kabupaten Bogor
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : 0851-5623-6862
Alamat Kantor :
E-mail : M.Mahfudin02@gmail.com

Jakarta, 08 Maret 2024

Alumni,


M. Mahfudin

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dengan rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah ingin mengetahui apakah ada pengaruh brand image skincare pada media sosial Instagram @somethincofficial terhadap minat beli produk. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP, M.F.Tv selaku dosen ilmu fotografi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi bagi peneliti yang sudah meluangkan banyak waktu dan juga memberikan banyak masukan bagi peneliti.
2. Bu Azizah Des Derivanti, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku dosen Pembimbing akademik yang sudah banyak membantu pada saat perkuliahan di Universitas Nasional, dan membantu banyak dalam melakukan pemilihan mata kuliah untuk kedepannya.
3. Orang tua dan keluarga peneliti yang telah banyak memberikan bantuan Dukungan baik itu berupa doa, material dan juga moral

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 20 Februari 2024

Muhamad Mahfudin

ABSTRAK

Nama : Muhamad Mahfudin
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh *brand image skincare* di media sosial
instagram @somethincofficial terhadap minat
beli produk
(survei pada *followers @somethincofficial*)
Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan melakukan uji terkait pengaruh *brand image skincare* di media sosial Instagram @somethincofficial terhadap minat beli produk (survei pada *followers @somethincofficial*). Variabel yang digunakan pada penelitian ini diantaranya adalah *brand image* (x) sebagai variabel independent atau variabel bebas dan juga Minat beli (y) sebagai variabel dependen atau variabel terikat. Populasi pada penelitian ini merupakan *followers* pada akun sosial media Instagram @somethincofficial. Sample yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan *followers @somethincofficial*. Teknik analisa regresi linear sederhana pada penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara parsial (uji t) serta mengetahui besaran pengaruh dengan koefisien determinasi melalui *Software statistic SPSS IBM 26* . Hasil analisa menunjukkan pada uji t bahwa variabel *brand image* (x) berpengaruh secara parsial terhadap minat beli produk dengan nilai uji t sebesar $9.697 > 1.984$ lebih besar dari pada t tabel dengan nilai df 98, pada penelitian ini didapat nilai koefisien determinasi sebesar 49% yang artinya *brand image* memiliki pengaruh terhadap minat beli sebesar 49%.

Kata kunci : Instagram, *Brand Image*, Minat beli

ABSTRACT

Name : Muhamad Mahfudin
Study Program : Communication Science
Title : *The influence of the skincare brand image on social media Instagram @somethincofficial on interest in buying products (survey of @somethincofficial followers)*
Counsellor : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

This thesis aims to find out and conduct tests regarding the influence of the skincare brand image on social media, Instagram @somethincofficial on interest in buying products (survey of @somethincofficial followers). The variables used in this research include brand image (x) as an independent variable or independent variable and also purchase interest (y) as a dependent variable or dependent variable. The population in this study were followers of the Instagram social media account @somethincofficial. The sample used in this research was 100 respondents who were followers of @somethincofficial. Simple linear regression analysis techniques in this research were used to see the influence of each variable partially (t test) and to determine the magnitude of the influence using the coefficient of determination using IBM SPSS statistical software 26. The results of the analysis show in the t test that the brand image variable (x) has a partial effect on interest in buying products with a t test value of 9,697 > 1,984 which is greater than the t table with a df value of 98. In this study, the determination efficiency value was 49%. This means that brand image has an influence on purchasing interest of 49%.

Keywords: Instagram, Brand Image, Purchase interest

DAFTAR ISI

ABSTRAK	IX
ABSTRACT	XI
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 BATASAN MASALAH	10
1.2.1 RUMUSAN MASALAH	11
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	11
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	11
1.4.1 MANFAAT TEORITIS	12
1.4.2 MANFAAT AKADEMIS	12
1.4.3 MANFAAT PRAKTIS	12
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	15
2.2 LANDASAN TEORITIS.....	18
2.2.1 PENGARUH	19
2.2.2 BRAND IMAGE	19
2.2.3 MEDIA BARU	21
2.2.4 MEDIA SOSIAL.....	22
2.2.5 MINAT BELI	23
2.3 KERANGKA BERPIKIR.....	25
2.3.1 VARIABEL X (<i>BRAND IMAGE</i>).....	25
2.3.2 VARIABEL Y (MINAT BELI PRODUK)	26
2.3.3 KERANGKA PEMIKIRAN	27
2.4 HIPOTESIS	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 JENIS METODE PENELITIAN.....	29
3.1.1 PENDEKATAN PENELITIAN	30
3.2 POPULASI DAN SAMPLE.....	30
3.2.1 POPULASI	30
3.2.2 TEKNIK SAMPLING.....	31
3.3 OPERASIONAL VARIABEL	33
3.3.1 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL DAN DIMENSI PENELITIAN	33

3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	36
3.4.1 DATA PRIMER.....	36
3.4.2 DATA SEKUNDER.....	36
3.5 TEKNIK PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA	36
3.5.1 UJI VALIDITAS.....	37
3.5.2 UJI REALIBILITAS	38
3.5.3 ANALISA STATISTIK DESKRIPTIF	39
3.5.4 ANALISIS STATISTIK INFERENSIAL.....	42
3.5.5 UJI ASUMSI KLASIK	42
3.6 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 HASIL PENELITIAN.....	52
4.1.1 UJI VALIDITAS	52
4.1.2 UJI REALIBILITAS	53
4.1.3 DESKRIPSI DATA PENELITIAN	54
4.1.4 DESKRIPSI RESPONDEN.....	54
4.1.4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	55
4.1.4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	56
4.1.4.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN STATUS PEKERJAAN	56
4.1.5 BRAND IMAGE PADA SOMETHINC DI INSTAGRAM.....	57
4.1.6 MINAT BELI PRODUK SOMETHINC.....	62
4.2 TEKNIK ANALISA DAN PEMBAHASAN	66
4.2.1 UJI NORMALITAS RESIDUAL	66
4.2.2 UJI LINEARITAS	67
4.2.3 UJI HETEROSKEDASTISITAS.....	68
4.3 UJI HIPOTESIS.....	70
4.3.1 UJI T	71
4.4 REGRESI LINEAR SEDERHANA.....	72
4.5 UJI KORELASI SEDERHANA	74
4.6 KOEFISIEN DETERMINASI.....	75
4.7 PEMBAHASAN	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 KESIMPULAN.....	81
5.2 SARAN	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
I. BUKU DAN JURNAL.....	83

II. WEBSITE/ <i>ONLINE</i>	84
LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN.....	85
KUISIONER VARIABEL MINAT BELI (Y).....	87
IDENTITAS KUISIONER	88
LAMPIRAN 2 OUTPUT SPSS VALIDITAS DAN REALIBILITAS	89
OUTPUT SPSS DAN EXCEL STATISTIK DESKRIPTIF	93
OUPUT SPSS ASUMSI KLASIK	109
UJI NORMALITAS RESIDUAL.....	109
UJI LINEARITAS	109
UJI HETEROSKEDASTISITAS	110
UJI T & REGRESI LINEAR SEDERHANA.....	110
KOEFISIEN DETERMINASI	110



DAFTAR GAMBAR

Gamar 1. 1 Data Pengguna Media Media Sosial Di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Akun Instagram @somethincofficial.....	3
Gambar 1. 3 Grafik Data ZAP Beauty index 2023.....	6
Gambar 1. 4 Tanggapan salah satu Followers di akun Somethinc	7
Gambar 1. 5 Daftar Grafik Brand Lokal Skincare terlaris Tahun 2022.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 2. 2 Bagan Teknik Sampling.....	31
Gambar 3. 2 Kurva Regresi Linear Serderhana.....	49
Gambar 4. 3 Nilai Distribusi t	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel X.....	33
Tabel 3. 2 Deifinisi Opersional Variabel Y.....	35
Tabel 3. 3 Kriteria Interval.....	41
Tabel 3. 4 Garis Kontnum.....	41
Tabel 3. 6 Intepretasi Korelasi.....	47
Tabel 3. 7 Koefisien Korelasi (R).....	48
Tabel 3. 8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
Tabel 4. 1 Validitas Variabel X.....	52
Tabel 4. 2 Validitas Variabel Y.....	52
Tabel 4. 3 Uji Realibilitas.....	53
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	57
Tabel 4. 7 Uji Statistik Deskriptif Variabel X.....	58
Tabel 4. 8 Kriteria Interval.....	61
Tabel 4. 9 <i>Mean</i> Statistik Variabel X.....	61
Tabel 4. 10 Uji Statistik Deskriptif Variabel Y.....	63
Tabel 4. 11 Kriteria Interval.....	65
Tabel 4. 12 Mean Statistik Variabel Y.....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Residual.....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas.....	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	73
Tabel 4. 18 Intepretasi Korelasi.....	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Korelasi Sederhana.....	75

Tabel 4. 20 Hasil Uji R Square..... 75

