

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *STORE ENVIRONMENT*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *SKINCARE* MS GLOW SAMARINDA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**SABINA SIARA**

1911102431514

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
JUNI 2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *STORE ENVIRONMENT*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
*SKINCARE MS GLOW SAMARINDA***

Oleh:

**SABINA SIARA**

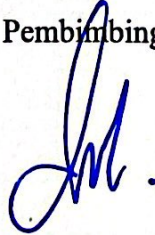
1911102431514



Samarinda, 20 Juni 2023

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing,



**Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M.**

**NIDN. 112510930**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING  
AND STORE ENVIRONMENT ON PURCHASE DECISION  
OF MS GLOW SKINCARE PRODUCT AT SAMARINDA**

Oleh:

**SABINA SIARA**

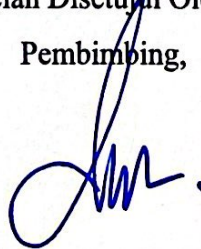
1911102431514



Samarinda, 20 Juni 2023

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing,



**Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M.**

**NIDN. 1125109301**

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *STORE ENVIRONMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE MS GLOW SAMARINDA*

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Sabina Siara  
NIM : 1911102431514  
Program Studi : Manajemen


Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 26 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji 1: Praja Hadi Saputra, S.E., M.Sc., Ak., CA  
NIDN. 1121049002

Penguji 2: Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M.  
NIDN. 1125109301

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik  
  
Drs. M. Purno Wajdi, M.M., Ph.D.  
NIDN. 0605056501

Ketua  
Program Studi Manajemen  
  
Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.  
NIDN. 0620107201

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI


### THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND STORE ENVIRONMENT ON PURCHASE DECISION OF MS GLOW SKINCARE PRODUCT AT SAMARINDA


Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Sabina Siara  
NIM : 1911102431514  
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 26 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji 1: Praja Hadi Saputra, S.E., M.Sc., Ak., CA. (  )  
NIDN. 1121049002

Penguji 2: Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M. (  )  
NIDN. 1125109301

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik  
  
Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D.  
NIDN. 0605056501

Ketua  
Program Studi Manajemen  
  
Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D.  
NIDN. 0620107201

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sabina Siara  
NIM : 1911102431514  
Program Studi : Manajemen  
Email : *siarasiarasabinasabina@gmail.com*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiat) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademisi, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 26 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan,



**Sabina Siara**

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis produk *skincare* mengharuskan para pelaku bisnis untuk memahami perilaku konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan mereka. *Social media marketing* dan *store environment* diadaptasi sebagai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen sebelum akhirnya dapat mengambil sebuah keputusan pembelian. Pengaruh tren transformasi digital dan bagaimana pengaruhnya terhadap kolaborasi mereka akan diselidiki secara mendalam dalam penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan kuesioner survei untuk mengumpulkan data dari 150 konsumen, dengan pengambilan sampel menggunakan *random sampling*, uji regresi berganda dalam menganalisis data, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) juga uji parsial (uji  $t$ ) dalam pengujian hipotesis. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 29 dan menunjukkan hasil bahwa *social media marketing* dan *store environment* dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow Samarinda secara signifikan.

*Keywords: Social Media Marketing, Store Environment, Keputusan Pembelian*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Store Environment* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* MS Glow Samarinda”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring doa sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan doa sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada, para mushonnifin, para ulama, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
2. Bapak Drs. Farid Wajdi, M.M., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
3. Bapak Ihwan Susila, S.E, M.Si., Ph.D., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
4. Ibu Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.



5. Bapak Praja Hadi Saputra, S.E., M.Sc., Ak., CA., selaku penguji.
6. Kedua orang tua saya sendiri ayahanda Mustapa Siara dan ibunda Normalinda yang tanpa hentinya selalu memberikan doa, semangat serta dukungannya agar penulis dapat mencapai cita – cita.
7. Rekan-rekan penulis dan pihak yang mendukung, Karenina Leila Apsari dan M. Rezky Buana Raja yang telah membantu pelaksanaan penelitian.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

*Billahittaufiq Wal Hidayah.*

Samarinda, 26 Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR ORISINALITAS .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....</b>	<b>5</b>
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	5
B. Teori dan Kajian Pustaka.....	7
C. Perumusan Hipotesis .....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
A. Lokasi Penelitian .....	15

B.	Jenis Penelitian .....	15
C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	16
D.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	17
E.	Jenis dan Sumber Data.....	18
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	19
G.	Teknik Analisis Data .....	19
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>29</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
B.	Deskripsi Data .....	31
C.	Analisis Data.....	35
D.	Pembahasan .....	43
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>44</b>
A.	Kesimpulan .....	44
B.	Keterbatasan .....	44
C.	Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>46</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Singkat Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	18
Tabel 3.2 Skala Likert.....	20
Tabel 3.3 Kisi-kisi Kuesioner Penelitian .....	20
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	31
Tabel 4.2 Tanggapan Responden <i>Social Media Marketing</i> .....	33
Tabel 4.3 Tanggapan Responden <i>Store Environment</i> .....	34
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Keputusan Pembelian .....	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi.....	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial).....	41
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Kelayakan Model).....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>The Theory of Planned Behavior</i> .....	9
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian .....	14

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	51
Lampiran 2: Uji Validitas.....	55
Lampiran 3: Uji Realibilitas.....	58
Lampiran 4: Uji Normalitas .....	59
Lampiran 5: Uji Multikolinieritas .....	60
Lampiran 6: Uji Heteroskedastisitas .....	61
Lampiran 7: Uji Koefisien Determinasi.....	62
Lampiran 8: Uji Regresi dan Uji T (Parsial).....	63
Lampiran 9: Hasil Uji F (Kelayakan Model).....	64