

PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING*, DAN *BEAUTY INFLUENCER* MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA *NAIL ART* PADA KALANGAN GEN Z DI SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga**



OLEH:

SINTA LEVIA BUDI TRISNAWATI

NIB : 1122200071

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2026

**PENGARUH HARGA, *CONTENT MARKETING*, DAN
BEAUTY INFLUENCER MELALUI INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA *NAIL ART* PADA
KALANGAN GEN Z DI SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN
PLAZA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-I
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



OLEH:
SINTA LEVIA BUDI TRISNAWATI
NBI. 1122200071

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sinta Levia Budi Trisnawati
NBI : 1122200071
Judul : Pengaruh Harga, *Content Marketing*, dan *Beauty Influencer*
terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Nail Art* pada Kalangan
Gen Z di Salon Hola Nails Tunjungan Plaza Surabaya

Surabaya, 6 Juli 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1


Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP.20110.86.0062

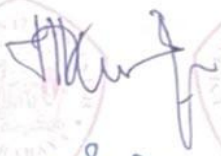

Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
NPP. 20120.85.0032

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 6 Juli 2026.

Dewan Penguji:

1. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**
Ketua

()

2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**
Anggota I

()

3. **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**
Anggota II

()

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.

NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Sinta Levia Budi Trisnawati

NBI : 11222200071

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, *Content marketing*, dan *Beauty influencer* melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Nailart* pada Kalangan Gen Z di Salon Hola Nails Tunjungan Plaza Surabaya.

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh - sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya

Surabaya, 10 Juli 2026
Yang membuat pernyataan



Sinta Levia Budi Trisnawati



UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpustakaan@untag-sby.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sinta Levia Budi Trisnawati
NBI : 1122200071
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH HARGA, CONTENT MARKETING, DAN BEAUTY INFLUENCER MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA NAIL ART PADA KALANGAN GEN Z DI SALON HOLA NAILS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA ”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 10 Juli 2026

Surabaya, 15 Juni 2026
Yang membuat pernyataan,



Sinta Levia Budi Trisnawati

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua yang saya cintai, yaitu Bapak Sutrisno dan Ibu Zumrotin, yang senantiasa menjadi sumber motivasi dan semangat saya untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Terima kasih untuk kakak saya Chintia Budi yang telah memberikan semangat, mendoakan, membantu, membimbing, serta selalu memberikan dukungan penuh sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan baik dan lancar.
3. Terima kasih kepada seluruh teman-teman yang telah menemani perjalanan masa perkuliahan saya. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, bantuan, serta berbagai pengalaman dan kenangan yang telah diberikan selama menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Terima kasih untuk seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, khususnya dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta membimbing saya selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

MOTTO

“always remember.
never stop being a good person, no matter how bad someone treats you.”
- Tonito, 2026

"Trust the process, even if the process is crying at 2 AM."
- Penulis

ABSTRAK

Persaingan bisnis jasa kecantikan, khususnya *nail art*, semakin meningkat seiring berkembangnya tren perawatan diri di kalangan Generasi Z. Instagram menjadi salah satu media pemasaran digital yang banyak digunakan karena mampu menampilkan informasi harga, konten promosi, serta rekomendasi dari *Beauty Influencer* secara visual dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, *Content Marketing*, dan *Beauty Influencer* melalui Instagram terhadap keputusan pembelian jasa *nail art* di kalangan Generasi Z pada Salon Hola Nails Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausal dengan teknik *Incidental Sampling*. Penelitian ini melibatkan 96 responden yang merupakan konsumen Generasi Z yang pernah menggunakan jasa *nail art* di Salon Hola Nails Tunjungan Plaza Surabaya. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Instrumen penelitian telah memenuhi uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga (X_1), *Content marketing* (X_2), dan *Beauty influencer* (X_3) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 21,754 ($\text{sig. } 0,000 < 0,05$). Nilai *Adjusted R*² sebesar 0,396 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan sebesar 39,6% variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola salon *nail art* untuk mengoptimalkan strategi penetapan harga, meningkatkan kualitas *content marketing*, serta memilih *beauty influencer* yang kredibel guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen Generasi Z.

Kata Kunci: Harga, *Content Marketing*, *Beauty Influencer*, Keputusan Pembelian, Generasi Z, *Nail Art*

ABSTRACT

Competition in the beauty service industry, particularly nail art services, has intensified alongside the growing self-care trend among Generation Z. Instagram has become one of the most widely used digital marketing platforms because it enables businesses to present pricing information, promotional content, and recommendations from beauty influencers in an engaging visual format. This study aims to analyze the influence of Price, Content Marketing, and Beauty Influencer through Instagram on the Purchase Decision of Generation Z consumers for nail art services at Hola Nails Salon, Tunjungan Plaza Surabaya. This research employed a causal quantitative method using an incidental sampling technique. The study involved 96 respondents who were Generation Z consumers and had previously used nail art services at Hola Nails Salon, Tunjungan Plaza Surabaya. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using IBM SPSS Statistics version 25. The research instrument was tested for validity and reliability, while the data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that Price (X_1), Content Marketing (X_2), and Beauty Influencer (X_3) each have a positive and significant partial effect on Purchase Decision (Y). Simultaneously, these three variables also have a significant effect on Purchase Decision, with an F -value of 21.754 and a significance value of 0.000 (< 0.05). The Adjusted R^2 value of 0.396 indicates that the three independent variables explain 39.6% of the variation in Purchase Decision, while the remaining 60.4% is influenced by other variables not examined in this study. These findings provide practical implications for nail art salon managers to optimize pricing strategies, improve the quality of Content Marketing, and collaborate with credible Beauty Influencers to enhance the Purchase Decision of Generation Z consumers.

Keywords: *Price, Content Marketing, Beauty Influencer, Purchase Decision, Generation Z, Nail Art*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, *Content marketing* dan *Beauty influencer* melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Nail art* di Kalangan Gen Z pada Salon Hola Nails Tunjungan Plaza Surabaya”. Adapun maksud disusunnya skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 17 Agustus 1945 Surabaya. Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Allah SWT. Yang telah memberikan saya kesehatan serta kelancaran dalam mengerjakan skripsi
2. Kepada Yth bapak Harjo Saputro, ST.,MT selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Kepada Yth bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, MS, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Kepada Yth Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S. selaku Dosen Wali dari awal perkuliahan sampai dengan semester delapan ini.
6. Ibu Dra.Diana Juni Mulyati, M.M., selaku pembimbing pertama dan Bapak Drs. Agung Pudjianto, M.M selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan kepada saya selama penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.
7. Semua dosen Administrasi Bisnis Untag Surabaya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan pembelajaran serta ilmunya dari saya semester 1 hingga saat ini semester 8.
8. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu penulis dalam berbagai proses administrasi serta pelayanan akademik selama masa perkuliahan.
9. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayah dan Mama yang telah berjuang tanpa henti dalam bekerja, memberikan dukungan moral maupun material, serta doa yang tidak pernah putus. Pengorbanan dan kerja keras ayah

dan mama lah yang menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.

10. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada kakak yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan membantu dalam setiap proses yang dijalani. Kehadiran dan dukungan tersebut sangat berarti bagi penulis.
11. Almarhum Kakek dan Nenek dari garis Ayah, sosok paling penulis rindukan yang kini telah beristirahat di Surga-Nya Allah. Meski tidak sempat menemani penulis berproses di bangku perkuliahan, tetapi doa dan harapanmu telah hidup dalam setiap langkah ini. Semoga Allah SWT melapangkan jalan beliau dan menempatkan di tempat terbaik di sisi-Nya.
12. Terima kasih yang mendalam kepada sahabat-sahabat terbaik yang sudah seperti keluarga sendiri, yaitu Salsa Bila Fitri Rochmaniah dan Nur Alisa Septivianti. Kehadiran kalian bukan hanya sebagai teman, tetapi sebagai bagian penting dalam perjalanan hidup penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas setiap waktu yang diluangkan, setiap bantuan yang diberikan, setiap kata semangat yang disampaikan ketika penulis mulai merasa lelah dan ragu. Terima kasih karena selalu ada di saat penulis berada dalam tekanan tugas, dalam kebingungan memahami materi, maupun dalam proses penyusunan karya ini yang tidak selalu mudah.
13. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ardhani Ahimsya yang telah menjadi sahabat sekaligus tempat berbagi cerita selama masa perkuliahan. Terima kasih atas dukungan, doa, motivasi, serta kesediaannya menemani penulis dalam menghadapi berbagai tantangan, baik di masa-masa sulit maupun saat penuh kebahagiaan. Kehadiran dan ketulusannya memberikan semangat bagi penulis untuk terus berjuang hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima kasih kepada teman-teman grup Official dan Emprit Panggang yang selalu hadir menemani, memberikan semangat, serta menciptakan suasana kebersamaan yang membuat masa perkuliahan terasa lebih hidup dan tidak terasa berat. Kebersamaan, candaan, diskusi, hingga momen-momen sederhana bersama kalian menjadi bagian penting yang tidak akan terlupakan selama proses ini.
15. Semua Teman Administrasi Bisnis angkatan 2022 yang pernah menemani dan membantu penulis selama kuliah dan, semoga kita bertemu kembali dengan jalan sukses yang kita impikan masing-masing.
16. Untuk diriku sendiri, Sinta Levia Budi Trisnawati, terima kasih karena telah bertahan melewati seluruh proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih karena tetap kuat meskipun harus menghadapi berbagai tekanan, kekecewaan,

dan situasi yang tidak selalu berjalan sesuai harapan. Dalam perjalanan ini, tidak semua orang hadir dengan ketulusan yang sama, namun diri ini tetap memilih untuk terus melangkah tanpa berhenti di rasa lelah atau sakit yang pernah terjadi.

Terima kasih atas semua usaha yang dilakukan dalam diam, semua tangis yang tidak selalu terlihat, dan semua beban yang harus dipikul sendiri tanpa selalu bisa dibagi kepada orang lain. Meskipun pernah merasa kecewa atau dikelilingi oleh hal-hal yang tidak selalu baik, diri ini tetap bertahan sampai titik ini. Semua proses tersebut membuktikan bahwa diri ini mampu melewati setiap tantangan dan tetap menyelesaikan perjalanan ini dengan penuh perjuangan.

DAFTAR ISI

COVER DALAM	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Peneliti terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	16
2.2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	17
2.2.2.1 Unsur-unsur dalam bauran pemasaran.	17
2.2.3 Harga.....	18
2.2.3.1 Definisi Harga	18
2.2.3.2 Jenis - Jenis Harga	19
2.2.3.3 Peranan Harga	19
2.2.3.4 Tujuan Penetapan Harga.....	20
2.2.3.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	20
2.2.3.6 Strategi Penetapan Harga	22
2.2.3.7 Metode Penetapan Harga.....	23
2.2.3.8 Indikator Harga	24
2.2.4 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.4.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	25

2.2.4.2 Media Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.4.3 Jenis Komunikasi Pemasaran Digital.....	25
2.2.5 <i>Content marketing</i> (Konten Pemasaran)	26
2.2.5.1 Pengertian <i>Content marketing</i>	26
2.2.5.2 Jenis Jenis <i>Content marketing</i>	27
2.2.5.3 Manfaat <i>Content marketing</i>	27
2.2.5.4 Aspek Penting Dalam Pembuatan <i>Content marketing</i>	28
2.2.5.5 Indikator <i>Content marketing</i>	29
2.2.6 Influencer Marketing	29
2.2.6.1 Pengertian Influencer Marketing.....	29
2.2.6.2 Pengertian <i>Beauty influencer</i>	29
2.2.6.3 Kategori dalam <i>Influencer</i>	30
2.2.6.4 Indikator Influencer	30
2.2.7 Perilaku Konsumen	31
2.2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen	31
2.2.7.2 Model perilaku konsumen	31
2.2.7.3 Jenis Perilaku Konsumen	32
2.2.7.4 Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen	32
2.2.8 Keputusan Pembelian	32
2.2.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian	32
2.2.8.2 Jenis – Jenis Keputusan Pembelian	33
2.2.8.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
2.2.8.4 Proses Pengambilan Keputusan	34
2.2.8.5 Indikator Keputusan Pembelian	35
2.3 Konseptualisasi Variabel dan Definisi Operasional	35
2.3.1 Konseptualisasi variabel.....	35
2.3.2 Definisi Operasional	36
2.4 Pola Hubungan antar variabel	37
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran	39
2.6 Hipotesis	39
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi Penelitian	41

3.2.2 Sampel	42
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	43
3.3.1 Skala Pengukuran.....	43
3.3.2 Uji Instrumen Penelitian	44
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	45
3.4.1 Jenis Data	45
3.4.2 Sumber Data	45
3.5 Teknik pengumpulan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	46
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	48
3.6.4 Pengujian Hipotesis	48
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Penyajian Data	51
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.1.2 Karakteristik Responden	52
4.1.3 Uji Instrumen	54
4.1.4 Tabulasi Data	56
4.1.4.1 Tabulasi Jawaban Responden	56
4.1.5 Analisis Rata – Rata Tabulasi	69
4.2 Analisis Data	77
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	77
4.2.1.1 Uji Linieritas	77
4.2.1.2 Uji Normalitas.....	79
4.2.1.3 Uji Multikolinieritas	81
4.2.1.4 Uji Heterokedastisitas	82
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.2.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	84
4.3 Uji Hipotesis	85
4.4 Pembahasan	88
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.4.2 Pengaruh <i>Content marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.4.3 Pengaruh <i>Beauty influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian	90

4.4.4 Pengaruh Harga, <i>Content marketing</i> dan <i>Beauty influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Rekomendasi.....	93
5.2.1 Bagi Salon Hola Nails.....	94
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	95
5.2.3 Bagi Penulis.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Skala Likert	43
Tabel 3.2 Skala Interval.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 4.5 Uji Validitas	54
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Harga.....	57
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi <i>Content marketing</i>	60
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi <i>Beauty influencer</i>	63
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.11 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel Harga (X1)	69
Tabel 4.12 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel <i>Content marketing</i> (X2)	72
Tabel 4.13 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel <i>Beauty influencer</i> (X3).....	72
Tabel 4.14 Hasil Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (X3).....	72
Tabel 4.15 Uji Linearitas Harga (X1)	77
Tabel 4.16 Uji Linearitas <i>Content marketing</i> (X2)	78
Tabel 4.17 Uji Linearitas <i>Beauty influencer</i> (X3)	78
Tabel 4.18 Uji One-sample Kolmogorov- Smirnov	79
Tabel 4.19 Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.22 Hasil Uji T	85
Tabel 4.23 Hasil Uji F	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun resmi instagram Hola Nails.....	2
Gambar 1.2 Konten instagram Hola Nails	3
Gambar 1.3 Review Oleh <i>Beauty influencer</i>	4
Gambar 1.4 Perbandingan Harga Salon <i>Nail art</i> Di Surabaya	29
Gambar 2.1 Tahap Proses Pembelian	34
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Offline Store Hola Nails di Tunjungan Plaza Surabaya	51
Gambar 4.2 Uji Normalitas Data Dengan Model Histogram	80
Gambar 4.3 Uji Normalitas Data Dengan Model Grafik P-Plot	80
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Quesioner Penelitian	99
Lampiran 2. Hasil Uji Instrumen Data	104
Lampiran 3. Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 4. Uji Regresi Linear berganda	111
Lampiran 5. Uji Hipotesis	112
Lampiran 6. Kartu Bimbingan Skripsi	113
Lampiran 7. SK Turnitin	115
Lampiran 8. Loa Publikasi Jurnal	116
Lampiran 9. Lembar Revisi.....	117