

## ABSTRAK

Novita regina fitri. 2023, pengaruh strategi promosi jasa merias wajah di media sosial Instagram terhadap keputusan konsumen dalam penggunaan jasa merias wajah. Program studi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga - Tata Rias. Fakultas teknik Universitas PGRI Adibuana Surabaya. Pembimbing Dr. Ria Andriani Mukti M,Si

Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh promosi jasa merias wajah di media social Instagram, karena pada saat ini profesi perias semakin meningkat dan banyak peminatnya, dengan ini sebagai perias masa kini harus memiliki pembeda diantara perias yang lainnya dengan cara promosi yang semenarik mungkin. Adanya hal ini perias di tuntut untuk memiliki strategi promosi yang diharapandapat meningkatkan penjualan jasa di bidang merias wajah

Jenis Metode Penelelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan dua jenis variabel pertanyaan yaitu variabel strategi promosi (x) dan variabel keputusan konsumen (y) dengan populasi sebanyak 30 customer yang pernah menggunakan jasa merias wajah untuk kebutuhan acara wisuda.

Teknik analisis data menggunakan uji validitas, Uji reabilitas, Uji asumsi, Uji hipotesis. Penelitian ini menghasilkan bahwa, strategi promosi yang paling disukai oleh customer atau responden adalah fitur Instagram siaran langsung dan di dukung dengan adanya testimoni, dari kedua hal ini dapat membuat customer atau responden lebih percaya mengenai jasa merias wajah sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih perias wajah

**Kata Kunci :** promosi, media sosial Instagram, jasa merias wajah, keputusan pembelian

## ABSTRACT

Novita Regina Fitri. 2023, the influence of makeup service promotion strategies on Instagram social media on consumer decisions in using makeup services. Family Welfare Vocational Education Study Program - Cosmetology. Faculty of engineering, Adibuana PGRI University, Surabaya. Advisor Dr. Ria Andriani Mukti M.Sc

This research aims to find out how influential the promotion of make-up services is on Instagram social media, because at this time the makeup profession is increasing and there are many enthusiasts, with this, today's make-up artists must have a differentiator from other make-up artists by means of promotions that are as attractive as possible. With this, makeup artists are required to have a promotional strategy that is expected to increase sales of services in the field of make-up

This type of research method uses descriptive quantitative, data collection techniques using questionnaires with two types of question variables, namely promotion strategy variables (x) and consumer decision variables (y) with a population of 30 customers who have used makeup services for graduation needs. Data analysis techniques using validity test, reliability test, assumption test, hypothesis test.

This research resulted in that the promotion strategy most preferred by customers or respondents was the live broadcast Instagram feature and was supported by testimonials, from these two things it could make customers or respondents more confident about facial makeup services so that they could influence consumer decisions in choosing facial makeup.

**Keywords: promotion, Instagram social media, make-up service, purchase decision**

