

**INTISARI****PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *USER GENERATED CONTENT* INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA MAKE UP PADA @EVA\_TWINNY****Oleh :****ALLYSIA JASMINE ADINDA**

E-mail : allysiajasmine769@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan make up, dengan fokus pada *social media marketing* ( $X_1$ ) dan *user generated content* ( $X_2$ ) sebagai variabel independen dan keputusan penggunaan (Y) sebagai variabel dependen untuk layanan *make up* @eva\_twinny. Era revolusi industri di Indonesia memicu meningkatnya persaingan usaha, khususnya di industri *make up* yang berkembang seiring dengan tren dan perubahan gaya hidup. Studi kuantitatif ini menganalisis dampak dari kedua faktor ini terhadap keputusan konsumen, memberikan wawasan untuk strategi bisnis di industri kecantikan. Menggunakan data primer dari kuesioner kepada 107 pelanggan Instagram @eva\_twinny wanita, analisis statistik SPSS digunakan untuk mengeksplorasi hubungan variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor ini memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan *make up* untuk 107 pengikut Instagram @eva\_twinny, baik sebagian maupun bersamaan. Analisis ini menegaskan bahwa *social media marketing* dan *user generated content* memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku konsumen dalam pemasaran digital. Kedua strategi ini secara independen dan simultan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa @eva\_twinny.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, *Make Up*, Jasa