

**PENGARUH GAYA HIDUP, LOYALITAS ARMY,
DAN KREDIBILITAS BTS SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR TOKOPEDIA TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF**

SKRIPSI

**NINDIA NURUL HANIFAH
21180500313**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA
2021**

**PENGARUH GAYA HIDUP, LOYALITAS ARMY,
DAN KREDIBILITAS BTS SEBAGAI *BRAND*
AMBASSADOR TOKOPEDIA TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF**

SKRIPSI

**NINDIA NURUL HANIFAH
21180500313**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH GAYA HIDUP, LOYALITAS ARMY, DAN KREDIBILITAS BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TOKOPEDIA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 1 Februari 2022



Nindia Nurul Hanifah
NIM 21180500313

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan Judul:

PENGARUH GAYA HIDUP, LOYALITAS ARMY, DAN KREDIBILITAS BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TOKOPEDIA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Indra Sakti, SE., MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 1 Februari 2022

Pembimbing,



Dr. Indra Sakti, SE., MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

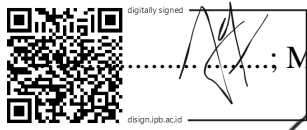


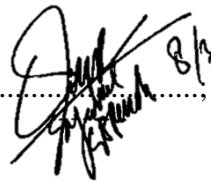
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH GAYA HIDUP, LOYALITAS ARMY, DAN KREDIBILITAS BTS SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 18 Februari 2022 dengan nilai **B+**

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Dr. Indra Sakti, SE., MM
(Pembimbing)
3. ; Lina Noersanti, S.Si., M.Si
(Penguji 1)
4. ; Syahrul Effendi, SE., MM
(Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Indra Sakti, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Lina Noersanti, S.Si., M.Si dan Bapak Syahrul Effendi, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak, mama, kakak (mbak Rindi) dan keluarga yang telah mendo'akan, memberikan semangat, memberikan dukungan berupa material dan moral, serta motivasi yang membuat saya berjuang hingga saat ini.
7. Diri sendiri yang sudah kuat, semangat, pantang menyerah sampai bisa menyelesaikan studi dan skripsi ini.

8. Nabila, Dhini, dan Anindya sebagai teman seperjuangan semasa kuliah hingga menjadi sarjana, yang sudah saling membantu memberikan saran dan motivasi yang sangat berarti.
9. Lisa, Fauziyyah, Ratih yang sudah mendengarkan keluh kesah, semangat, serta motivasi yang sangat berarti selama proses mengerjakan skripsi ini. dan
10. Terakhir, semua pihak yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 1 Februari 2022



Nindia Nurul Hanifah
NIM 21180500313

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nindia Nurul Hanifah

NPM : 21180500313

Program Studi : S-1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH GAYA HIDUP, LOYALITAS ARMY, DAN KREDIBILITAS BTS SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmediaformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 1 Februari 2022

Yang menyatakan,



Nindia Nurul Hanifah

ABSTRAK

Nindia Nurul Hanifah	Dosen Pembimbing:
Program Studi S-1 Manajemen	Dr. Indra Sakti, SE., MM
Pengaruh Gaya Hidup, Loyalitas ARMY, dan Kredibilitas BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i> Tokopedia terhadap Perilaku Konsumtif	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Gaya Hidup, Loyalitas ARMY, dan Kredibilitas BTS sebagai <i>Brand Ambassador</i> Tokopedia terhadap Perilaku Konsumtif ARMY di Jabodetabek.</p> <p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah <i>fans</i> dari BTS yaitu, ARMY yang berbelanja di Tokopedia. Sampel ditentukan berdasarkan metode <i>purposive sampling</i>, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah program SPSS versi 26.0.</p> <p>Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) Secara parsial gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. (2) Secara parsial loyalitas ARMY berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. (3) Secara parsial kredibilitas <i>brand ambassador</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. (4) Secara simultan gaya hidup, loyalitas ARMY, dan kredibilitas <i>brand ambassador</i> berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.</p>	
<i>Kata Kunci: Gaya Hidup, Loyalitas ARMY, Kredibilitas Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif</i>	

ABSTRACT

Nindia Nurul Hanifah	Supervisor :
S-1 Program Study in Management	Dr. Indra Sakti, SE., MM
The Influence of Lifestyle, ARMY Loyalty, and Credibility BTS as Tokopedia Brand Ambassador on Consumptive Behavior	
<p>This research aims to find out how the influence of Lifestyle, ARMY Loyalty, and BTS Credibility as Tokopedia Brand Ambassador on ARMY Consumptive Behavior in Jabodetabek.</p> <p>This research uses an associative type of quantitative approach. The population of this study is fans of BTS, namely, ARMY who shop on Tokopedia. The sample was determined based on the purposive sampling method, with a sample number of 100 respondents. The data analysis method used is the SPSS program version 26.0.</p> <p>The results proved that (1) Partially lifestyle had no significant effect on consumptive behavior. (2) Partially ARMY loyalty has a positive and significant effect on consumptive behavior. (3) Partially the credibility of the brand ambassador has no significant effect on consumptive behavior. (4) Simultaneously the lifestyle, loyalty of ARMY, and the credibility of the brand ambassador affect consumptive behavior.</p>	
<i>Keywords: Lifestyle, ARMY Loyalty, Brand Ambassador Credibility, Consumptive Behavior</i>	

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. E-Commerce	9
2.1.2. Gaya Hidup	11
2.1.2.1. Indikator Gaya Hidup.....	11
2.1.3. Loyalitas Pelanggan	12
2.1.3.1 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.4. Kredibilitas Brand Ambassador	13
2.1.4.1 Indikator Brand Ambassador	13
2.1.5. Perilaku Konsumtif	14
2.1.5.1. Indikator Perilaku Konsumtif.....	14
2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	20
2.3.1. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODA PENELITIAN.....	22
3.1. Strategi Penelitian	22
3.2. Populasi dan Sampel	22
3.2.1. Populasi Penelitian.....	22

3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian	23
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	24
3.3.1. Sumber Data.....	24
3.3.2. Teknik pengumpulan data.....	24
3.4. Operasionalisasi Variabel	25
3.5. Metode Analisis Data.....	29
3.5.1. Uji Kualitas Data.....	30
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.5.3. Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Hasil Penelitian	35
4.1.1. Deskripsi Perusahaan	35
4.1.2. Deskripsi Responden	37
4.1.3. Deskripsi Data.....	39
4.1.4. Transformasi Data.....	43
4.1.5. Hasil dan Analisis Pengolahan Data	44
4.1.5.1. Uji Kualitas Data	44
4.1.5.2. Uji Asumsi Klasik	47
4.1.5.3. Uji Hipotesis.....	52
4.2. Pembahasan Hasil	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Simpulan	59
5.2. Saran	60
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	60
DAFTAR REFERENSI	62
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Daftar 5 e-commerce dengan jumlah pengunjung web bulanan terbanyak per kuartal II-2021.....	2
Tabel 3. 1. Skala Likert	25
Tabel 3. 2. Operasionalisasi Variabel.....	26
Tabel 4. 1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4. 2. Deskripsi Responden berdasarkan Jenjang Usia	38
Tabel 4. 3. Deskripsi responden berdasarkan Tempat Tinggal	38
Tabel 4. 4. Deskripsi Responden berdasarkan Frekuensi Berbelanja	39
Tabel 4. 5. Rekapitulasi jawaban responden tentang gaya hidup (X_1).....	41
Tabel 4. 6. Rekapitulasi jawaban responden tentang loyalitas ARMY (X_2).....	41
Tabel 4. 7. Rekapitulasi jawaban responden tentang kredibilitas BA (X_3).....	42
Tabel 4. 8. Rekapitulasi jawaban responden tentang perilaku konsumtif (Y).....	42
Tabel 4. 9. Hasil Uji Validitas variabel Gaya Hidup (X_1).....	44
Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas variabel Loyalitas ARMY (X_2)	45
Tabel 4. 11. Hasil Uji Validitas variabel Kredibilitas Brand Ambassador (X_3) ..	45
Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas variabel Perilaku Konsumtif (Y)	46
Tabel 4. 13. Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 14. Hasil Uji Statistik Non-Parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S).....	49
Tabel 4. 15. Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 16. Hasil Uji Park Heteroskedastisitas	51
Tabel 4. 17. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4. 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 19. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	54
Tabel 4. 20. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Konseptual	21
Gambar 4. 1. Logo Tokopedia.....	37
Gambar 4. 6. Grafik Histogram dan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	48
Gambar 4. 7. Scatterplot.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1. Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2. 1. Kronologis Penyebaran Kuesioner	71
Lampiran 3. 1. Data Karakteristik Responden	72
Lampiran 4. 1. Tabulasi Skor Variabel Gaya Hidup (X_1).....	77
Lampiran 5. 1. Tabulasi Skor Variabel Loyalitas ARMY (X_2).....	110
Lampiran 6. 1. Tabulasi Skor Variabel Kredibilitas Brand Ambassador (X_3)..	118
Lampiran 7. 1. Tabulasi Skor Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	98
Lampiran 8. 1. Transformasi Data	105
Lampiran 9. 1. Output SPSS 26.0.	130
Lampiran 10. 1. Tabel r	143
Lampiran 11. 1. Tabel t	145
Lampiran 12. 1. Tabel F	148
Lampiran 13. 1. Surat Keterangan Riset	151
Lampiran 14. 1. Daftar Riwayat Hidup.....	152