

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE*
INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS ILMU
SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**



Ghinaa Febriana
1407618043

Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU

PENGETAHUAN SOSIAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Ghinaa Febriana, Pengaruh *Celebrity Endorse* Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *celebrity endorse* Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, pengambilan data menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala likert. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 251 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel jenis *purposive sampling*. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji hipotesis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 28, diperoleh hasil nilai $T_{hitung} 8,091 > T_{tabel} 1,969$ yang artinya dalam penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) *celebrity endorse* dengan variabel terikat (Y) yaitu perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan perhitungan uji koefisien korelasi dan tabel interpretasi koefisien korelasi maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansinya adalah sebesar 0,00 yang berarti $< 0,05$ maka hasilnya kedua variabel berkorelasi, pada output *pearson correlation* mendapat nilai sebesar 0,460 berada pada interval 0,40-0,60 yang artinya tingkat hubungan antara variabel (X) *celebrity endorse* dengan variabel (Y) perilaku konsumtif memiliki tingkat yang sedang.

Kata kunci: *Celebrity Endorse*, Perilaku Konsumtif, Media Sosial Endorse, Perilaku Mahasiswa

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

ABSTRACT

Ghinaa Febriana, The Influence of Instagram Celebrity Endorse Social Media on Consumptive Behavior of Students of the Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta. Thesis. Jakarta: Social Science Education Study Program, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, 2022.

This research aims to determine whether there is an influence between celebrity endorsement on the consumptive behavior of students of the Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta. The type of research used in this study is quantitative research with a causal associative approach, data collection using a survey method through a questionnaire measured using a Likert scale. The subjects used in this study amounted to 251 student using the purposive sampling type sampling technique. Based on the results of the statistical calculation of hypothesis testing using the IBM SPSS version 28 application, the results obtained are $T_{count} 8.593 > T_{table} 1.969$, which means that in this study there is a significant influence between the independent variable (X) which is celebrity endorsement and the dependent variable (Y), which is consumptive behavior in students of Faculty of Social Science students Jakarta State University. Based on the calculation of the correlation coefficient test and the correlation coefficient interpretation table, it can be concluded that the significance value is $0.00 < 0.05$ which means the result is that the two variables are correlated, the Pearson correlation output gets a value of 0.482 in the 0.40-0.60 interval which means that the level of influence between the variable (X) celebrity endorse and the variable (Y) consumptive behavior has a moderate level.

Keywords: *Celebrity Endorse, Consumptive Behavior, Social Media Endorse, College Student Behavior*

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

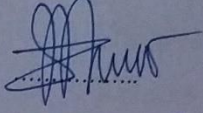
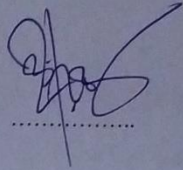
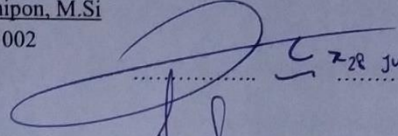
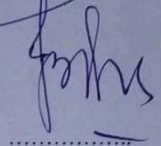
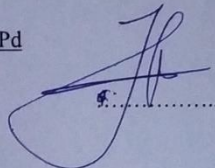
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab / Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Sarkadi, M.Si
NIP. 196907041994031002

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Martini, S.H., M.H</u> NIP.197103031998032001 Ketua		2 Agustus 2022
2.	<u>Shahibah Yuliani, S. Sos., M.Pd</u> NIDK. 0407068403 Sekretaris		5 Agustus 2022
3.	<u>Dr. Abdul Haris Fatgehipon, M.Si</u> NIP.197307281998031002 Penguji Ahli		28 Juli 2022
4.	<u>Prof. Dr. Budiaman, M.Si</u> NIP.196710211994031002 Dosen Pembimbing I		2 Agustus 2022
5.	<u>Achmad Nur Hidayat, M.Pd</u> NIP.199312222019121001 Dosen Pembimbing II		2 Agustus 2022

Tanggal Kelulusan : 11 Juli 2022

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Negeri Jakarta.

Nama : Ghinaa Febriana

No. Registrasi : 1407618043

Program Studi : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSE* INSTAGRAM TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

1. Dibuat dan diselesaikan berdasarkan data yang diperoleh dilapangan.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain dan bukan terjemahan karya ilmiah orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul jika pernyataan saya tidak benar.

Jakarta, 2 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan



Ghinaa Febriana

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ghinaa Febriana
NIM : 1407618043
Fakultas/Prodi : Ilmu sosial / pendidikan ilmu pengetahuan sosial
Alamat email : ghinaa.febriana777@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh celebrity endorse Instagram terhadap Perilaku konsumtif
Mahasiswa Fakultas Ilmu sosial Universitas Negeri Jakarta

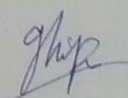
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Agustus 2022

Penulis


(Ghinaa Febriana)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“No matter what, the most powerful thing in the world is the human mind, and prayer, and belief in yourself and confidence and perseverance. No matter how many times you do it, you do it again, until it's right. And always believe in yourself, and no matter who's around you that's being negative or thrusting negative energy at you, totally block it off, because whatever you believe you become”

-Michael Jackson-

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk mama tercinta yang mencintaiku tanpa syarat yang tidak pernah menyerah dalam hidup dan berjuang sepenuh tenaga untuk membesarkanku, mendidik, memberikan segala yang terbaik bagiku dan abangku. Terima kasih untuk abangku tercinta yang telah bekerja keras untuk membiayai sekolahku dan selalu ada di sampingku dalam susah maupun senang. Terima kasih untuk ayahku yang telah membuatku ada di dunia ini *you weren't perfect but none of us are*. Untuk teman-temanku tersayang yang selalu memotivasiku agar tidak pernah menyerah.

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan kesehatan, rahmat dan karunia-NYA penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorse* Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (S.Pd) pada Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Selama penyusunan proposal skripsi ini, penulis mengalami kesulitan serta hambatan. Namun berkat dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, segala kesulitan yang dapat diatasi oleh penulis, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sarkadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Desy Safitri, M.Si sebagai Koordinator Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FIS UNJ.
3. Bapak Prof. Dr. Budiaman, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan penulis dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Bapak Achmad Nur Hidayat, M.Pd sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, bantuan, serta saran kepada peneliti.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Untuk keluargaku tercinta yaitu mama, mas arif dan ayah yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Almarhumah Antika Ramadhani, Intan Pravitasari dan Zahra Fatharani sahabat penulis sejak SMA, tempat penulis berbagi cerita. Terima kasih selama ini menemani, memberikan semangat dan banyak memberikan dukungan maupun bantuan sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

8. Aprilia Rahma, Aprilia Ristanti, Arif Maulana, Kiran Sabrina, Diah Puspita, Sri Lunggiati, Kevin Rayhanes, Nuhfriza, Dery Muzhar, Riyan Putra dan Nova La Rossi yang telah mewarnai hidup penulis sejak bergabung di ekstrakurikuler rohani islam serta memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Maulana Fajar sahabat penulis sejak kelas 5 SD, yang selalu bersekolah di tempat yang sama hingga kini satu kampus di UNJ. Teman seperjuangan skripsi yang dengan setia membantu penulis setiap kali ada kesulitan.
10. Ayu Lestari teman seperjuangan skripsi yang selalu mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi, memberikan masukan dan selalu memberi semangat selama proses penulisan skripsi.
11. Afifah Nabilah, Devi Susilowati, Malanurseha, Haikhal Fazi teman seperbimbingan, tempat penulis berdiskusi mengenai skripsi
12. Teman sekelas penulis di Prodi PIPS B yaitu Aditya Rahman, Awalul Rizka, Syahrul Ramadhan, Sutra Andanu, Wahyu Nugroho, Syifa Nadhira, dan Azzahra Nur Syifa yang telah menemani penulis sejak masuk kuliah serta selalu berbagi canda dan tawa.
13. Pengurus Sigma TV UNJ periode 2021-2022 khususnya angkatan 20 yang telah membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner ke mahasiswa FIS UNJ.
14. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi PIPS angkatan 2018, khususnya angkatan PIPS B 2018 yang telah kebersamaian selama kuliah kurang lebih 4 tahun ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belumlah sempurna. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang dapat membantu menyempurnakan penelitian ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua serta selalu dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Jakarta, 26 Mei 2022

Ghinaa Febriana

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II	8
PENYUSUNAN KERANGKA TEORITIK, KERANGKA BERPIKIR, DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	8
A. Deskripsi Teori	8
1. Pengertian Media Sosial Instagram	8
2. Hakikat Perilaku Konsumtif (Y)	9
3. Hakikat <i>Celebrity Endorse</i> (X).....	13
B. Penelitian Relevan	18
C. Kerangka Berpikir	20
D. Pengajuan Hipotesis	21
BAB III	22
METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Tujuan Penelitian.....	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian	22
1. Tempat Penelitian.....	22

2.	Waktu Penelitian	22
C.	Metode dan Desain Penelitian	22
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	23
1.	Populasi	23
2.	Sampel	24
E.	Instrumen Penelitian.....	26
1)	Variabel Terikat (Y): Perilaku Konsumtif.....	27
2)	Variabel Bebas (X): <i>Celebrity Endorse</i>	28
3)	Uji Coba Instrumen	29
F.	Teknik Analisis Data.....	31
1.	Uji Prasyarat Analisis	32
2.	Uji Hipotesis.....	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A.	Deskripsi Letak dan Lokasi Penelitian	35
B.	Deskripsi Data	35
1.	Gambaran Umum Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	36
2.	Gambaran Umum Subjek Penelitian Berdasarkan Angkatan.....	37
3.	Gambaran Umum Subjek Penelitian Berdasarkan Program Studi	38
4.	Gambaran Umum Subjek Penelitian Berdasarkan Kegiatan dalam Mengikuti Akun <i>Celebrity Endorse</i>	39
5.	Gambaran Umum Subjek Penelitian Berdasarkan Intensitas Belanja Online (<i>online shopping</i>) dalam 1 Bulan.....	40
C.	Data <i>Celebrity Endorse</i> (Variabel X).....	41
D.	Data Perilaku Konsumtif (Variabel Y).....	51
E.	Pengujian Persyaratan Analisis	58
1.	Uji Normalitas	58
2.	Uji Linieritas.....	58
F.	Pengujian Hipotesis.....	59
1.	Uji Koefisien Korelasi.....	59
2.	Koefisien Determinasi	61
3.	Uji Regresi Linier Sederhana	62
4.	Uji T	63
G.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
H.	Keterbatasan Penelitian	68

BAB V.....	69
KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Implikasi.....	69
C. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75
RIWAYAT HIDUP	116



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Relevan.....	18
Tabel 3.1 Jumlah mahasiswa FIS UNJ.....	24
Tabel 3.2. Tabel Penentuan Jumlah Sampel <i>Isaac</i> dan <i>Michael</i>	25
Tabel 3.3 Skala Likert.....	27
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Celebrity Endorse.....	28
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif.....	29
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	33
Tabel 4.1 Proporsi Jenis Kelamin Subjek Penelitian.....	36
Tabel 4.2 Proporsi Angkatan Subjek Penelitian.....	37
Tabel 4.3 Proporsi Program Studi Subjek Penelitian.....	38
Tabel 4.4 Proporsi Mengikuti Akun <i>celebrity endorse</i>	39
Tabel 4.5 Proporsi Intensitas Belanja Online Subjek Penelitian.....	40
Tabel 4.6 Nilai Hipotetik dan Empirik <i>Celebrity Endorse</i>	42
Tabel 4.7 Tabel Skor Kategorisasi	43
Tabel 4.8 Kategori Skor Variabel <i>Celebrity Endorse</i>	43
Tabel 4.9 Kategori Skor Dimensi Daya Tarik (<i>attractiveness</i>).....	44
Tabel 4.10 Kategori Skor Indikator Kesamaan (<i>Similarity</i>).....	45
Tabel 4.11 Kategori Skor Indikator Pengenalan (<i>familiarity</i>).....	46
Tabel 4.12 Kategori Skor Indikator Kesukaan (<i>likeability</i>).....	45
Tabel 4.13 Kategori Skor Dimensi Kepercayaan (<i>trustworthiness</i>).....	48
Tabel 4.14 Kategori Skor Dimensi keahlian (<i>expertise</i>).....	49
Tabel 4.15 Garis Kontinum Variabel (X) <i>Celebrity Endorse</i>	49
Tabel 4.16 Perbandingan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	50
Tabel 4.17 Tabel Skor Kategorisasi Perilaku Konsumtif.....	53
Tabel 4.18 Kategori Skor Variabel Perilaku konsumtif.....	53
Tabel 4.19 Kategori Skor Dimensi Pembelian Impulsif (<i>impulsive buying</i>).....	54
Tabel 4.20 Kategori Skor Pembelian Berlebihan (<i>wasteful buying</i>)	55
Tabel 4.21 Kategori Skor Pembelian Tidak Rasional (<i>non-rational buying</i>)	56
Tabel 4.22 Garis Kontinum Variabel Perilaku Konsumtif.....	56

Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas dengan Tes Kolmogorov-Smirnov.....	58
Tabel 4.24 Hasil Uji Linieritas.....	59
Tabel 4.25 Output Koefisien Korelasi (r)	60
Tabel 4.26 Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	60
Tabel 4.27 <i>Output</i> Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.28 Hasil Analisa Regresi.....	62
Tabel 4.29 Tabel Uji t.....	63
Tabel 4.30 Hasil Uji Statistik.....	65



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	20
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian.....	35
Gambar 4.2 Proporsi Jenis Kelamin Subjek Penelitian.....	37
Gambar 4.3 Proporsi Angkatan Subjek Penelitian	38
Gambar 4.4 Proporsi Program Studi Subjek Penelitian.....	39
Gambar 4.5 Proporsi Aktivitas Subjek Mengikuti Akun <i>Celebrity Endorse</i> ...	40
Gambar 4.6 Proporsi Aktivitas Subjek Berbelanja <i>Online</i> dalam Sebulan....	41
Gambar 4.7 Kontinum Keseluruhan variabel <i>Celebrity Endorse</i>	51
Gambar 4.8 Kontinum Keseluruhan Variabel Perilaku Konsumtif.....	57



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	75
Lampiran 2. Instrumen Pernyataan variabel X (<i>celebrity endorse</i>) dan variabel Y (perilaku konsumtif) Sebelum Dilakukan Uji Validitas.....	76
Lampiran 3. Instrumen Pernyataan variabel X (<i>celebrity endorse</i>) dan variabel Y (perilaku konsumtif) Setelah Dilakukan Uji Validitas.....	82
Lampiran 4. Butir Soal Uji Validitas Variabel X (<i>Celebrity Endorse</i>).....	87
Lampiran 5. Butir Soal Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif).....	90
Lampiran 6. Butir Soal Uji Reliabilitas Variabel X (<i>Celebrity Endorse</i>) Variabel Y (Perilaku Konsumtif).....	93
Lampiran 7. Perhitungan Garis Kontinum Variabel X (<i>Celebrity Endorse</i>)...94	
Lampiran 8. Perhitungan Garis Kontinum Variabel Y (Perilaku Konsumtif)96	
Lampiran 9. Uji Normalitas.....	99
Lampiran 10. Uji Normalitas.....	100
Lampiran 11. Uji Koefisien Korelasi.....	101
Lampiran 12. Uji Koefisien Determinasi.....	102
Lampiran 13. Uji Regresi Linear Sederhana.....	103
Lampiran 14. Uji T.....	104
Lampiran 15. Data Variabel X (<i>celebrity endorse</i>).....	105
Lampiran 16. Data Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	110
Lampiran 17. Dokumentasi Penyebaran Kusioner.....	115

*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*