

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING COLLAGEN DRINK* “BYOOTE”
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

FARHAH FU'ADAH
19012010001/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* COLLAGEN DRINK “BYOOTE”
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

FARHAH FU'ADAH
19012010001/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

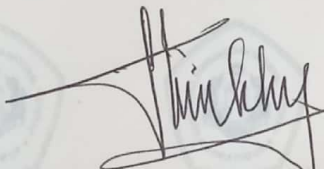
**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING COLLAGEN DRINK* BYOOTE
DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

FARHAH FU'ADAH
19012010001 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Mei 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



Zumrotul Fitriyah, SE,MM
NPT. 380121002881

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : FARHAH FU' ADAH
N P M : 19012010001
N I K : 3514134208000002
Tempat / Tgl Lahir : Pasuruan, 2 Agustus 2024
Alamat Rumah : Jambe RT.03 RW.09 Baujeng, Kec. Beji, Kab. Pasuruan
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap
Impulse Buying Collagen Drink Byoote Di Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 13 Mei 2024

Yang menyatakan,



FARHAH FU' ADAH
NPM. 19012010001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia-Nya dan Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Sehingga atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING COLLAGEN DRINK “BYOOTE”* DI SURABAYA”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur.

Atas tersusunnya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec.Tri Kartika Pertiwi, M.Si,CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu, mengarahkan, meluangkan waktu serta memberi masukan kepada penulis guna membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

5. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin, MM, CFP selaku Dosen Wali penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Orang tua serta keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa dan nasihat kepada penulis agar senantiasa bersemangat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Venita, Anggit, Anggun, Naila, dan Yuzy, selaku teman penulis yang senantiasa membersamai penulis serta mendengarkan keluh kesah penulis dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
9. Refal Hady dan Rayyanza Malik Ahmad yang menjadi penghibur penulis dikala penat menyusun skripsi ini.
10. Teman-teman seangkatan, kakak tingkat, teman-teman sekolah, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk penyempurnaan kedepannya. Akhir kata dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman-teman di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pasuruan, Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran	18
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	20
2.2.3 <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.2.4 <i>Shopping Lifestyle</i>	27
2.2.5 <i>Impulse Buying</i>	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	32
2.3.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	33
2.4 Kerangka Konseptual	34
2.5 Hipotesis Penelitian.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Variabel <i>Independent</i>	36
3.1.2 Variabel <i>Dependent</i>	38
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	39
3.2 Teknik Penentuan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1 Jenis Data.....	41
3.3.2 Sumber Data	42
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4 Teknik Pengujian Instrumen.....	43
3.4.1 Uji Validitas.....	43
3.4.2 Uji Reabilitas	43
3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	44
3.5.1 Metode Analisis Data.....	44
3.5.2 Cara Kerja PLS	45
3.5.3 Model Spesifikasi PLS.....	46
3.5.4 Langkah – langkah PLS	46
3.5.5 Asumsi PLS	55
3.5.6 Ukuran Sampel	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	58

4.2.1 Karakteristik Responden.....	58
4.2.2 Deskripsi Data Variabel.....	63
4.3 Analisa Data dan Pengujian Hipotesis	69
4.3.1 Pengkajian Model Pengukuran	69
4.3.2 Analisis Model PLS	75
4.3.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	76
4.4 Pembahasan	77
4.4.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	77
4.4.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Indeks</i> Kategori <i>Collagen Drink</i> 2022-2023	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk <i>Collagen Drink</i> 2022.....	7
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X1)	63
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X2) ..	65
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	67
Tabel 4.6 Nilai Faktor <i>Loading</i>	70
Tabel 4.7 <i>Cross Loadings</i>	71
Tabel 4.8 <i>Discriminant Validity</i>	72
Tabel 4.9 <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i>	72
Tabel 4.10 <i>Latent Variable Corelations</i>	73
Tabel 4.11 <i>R-Square</i>	76
Tabel 4.12 <i>Path Coefficensts</i> (Mean, STDEV, T-Values, P-Values.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market share suplemen kecantikan	5
Gambar 1.2 Ulasan pembeli <i>collagen drink</i> Byoote	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3.1 Struktur PLS	47
Gambar 3.2 Diagram Alur dan <i>Least Square</i>	49
Gambar 4.1 Logo Byoote	57
Gambar 4.2 Outer Model dengan factor loading, Path Coeficient.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 : Rekapitulasi Hasil Kuisisioner	92
Lampiran 3 : Tabel Frekuensi Data Jawaban Responden	95

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *SHOPPING LIFESTYLE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING COLLAGEN DRINK* “BYOOTE”
DI SURABAYA**

Oleh :

FARHAH FU'ADAH
19012010001

ABSTRAK

Standar kecantikan di Indonesia dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk budaya, sejarah, dan media. Perawatan dan kecantikan tak cukup hanya berasal dari aspek luar tubuh. Banyaknya bisnis di industri kecantikan dengan berbagai jenis produk yang beraneka ragam dapat menjadikan persaingan yang sangat kompetitif. Dalam penelitian ini penulis menganalisis pengaruh *celebrity endorser* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying collagen drink* Byoote di Surabaya.

Melihat produk Byoote yang merupakan salah satu merek terkenal dan masuk dalam *Top Brand Index* kategori *collagen drink* terlaris, namun mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis pada produknya di tahun 2022-2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online*. *Accidental sampling* adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana jumlah responden adalah yang diperoleh dengan menggunakan rumus Shabrina et al., (2022) dengan jumlah 84 responden. Data diolah dengan menggunakan PLS.

Hasil temuan penelitian ini menemukan bahwa *celebrity endorser* dan *shopping lifestyle* mampu mempengaruhi atau berkontribusi *impulse buying* konsumen *collagen drink* Byoote di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dimanfaatkan secara optimal maka dapat meningkatkan *impulse buying* konsumen dan semakin tinggi *shopping lifestyle* konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat *impulse buying* konsumen.

Kata Kunci: *celebrity endorser; impulse buying; shopping lifestyle*