

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FPSI

PERILAKU MENIRU TERHADAP BEAUTY VLOGGER DAN PENGARUHNYA PADA IMPULSIVE BUYING WANITA PENGGUNA YOUTUBE

SELLA THATA ISLAMI

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75025&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modeling yang dilakukan individu terhadap beauty vlogger dalam meningkatkan perilaku Impulsive Buying dalam pembelian produk make up. Modeling adalah proses belajar dengan cara mengamati orang lain dalam bentuk reaksi (Chaplin, 2006). Impulsive Buying dapat didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen membeli secara spontan tanpa direncanakan, gerakan yang sesuai dengan keinginan, segera, dan secara kinetik (Rook, 1995). Modeling sebagai variabel bebas dan Impulsive Buying sebagai variabel terikat. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 130 orang wanita dewasa awal pengguna youtube yang menyaksikan beauty vlogger. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Instrumen penelitian yang di gunakan adalah Observational Learning Questionnaire) dari Yi & Davis (2003) dan Analysis of Train Buying Impulsiviness Scales dari Rook (1995). Analisa data menggunakan analisa regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku modeling berkontribusi terhadap impulsive buying sebesar 25,7% dan memiliki probability value sebesar 0,000 (Sign<0,01). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Modeling terhadap Impulsive Buying pada wanita dewasa awal pengguna youtube.