

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Pengaruh Celebrity Endorser Fujianti di TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di TikTok Shop Dikalangan Subscribers Pelajar SMK Nurul Iman Jakarta.

Siti Shofia Qurrotul Aini

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77637&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati dampak celebrity endorser Fujianti dalam konteks berbelanja online terhadap perilaku konsumtif di kalangan remaja SMK Nurul Iman Jakarta. Teori yang diadopsi dalam penelitian ini adalah teori Social Learning dari Albert Bandura, yang digunakan untuk menjelaskan sebagian besar prinsip teori belajar perilaku. Teori ini khususnya menekankan pada efek-efek dari isyarat-isyarat terhadap perilaku, serta proses psikologi internal yang terlibat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan merupakan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini ialah SMK Nurul Iman Jakarta. Sampel yang sudah didapat sebesar 157 siswa perhitungan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Solvin.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang disebarkan kepada 157 orang SMK Nurul Iman Jakarta, kemudian data dikumpulkan dan diolah menggunakan perhitungan statistic yang kemudian dianalisa untuk menjelaskan pengaruh celebrity endorser Fujianti dalam

v

berbelanja online terhadap perilaku konsumtif di kalangan remaja SMK Nurul Iman Jakarta.

Hasil penelitian ini menunjukan adanya Pengaruh Celebrity Endorser Fujianti di TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di TikTok Shop Dikalangan Subscribers Pelajar SMK Nurul Iman Jakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini. Hal ini diketahui dari hasil perhitungan serta analisis menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana.