

**HUBUNGAN SELEBRITIS ENDORSEMENT RAFFI AHMAD DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA KONSUMEN BRAND ERIGO**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Agil Septian Razaqi

NPM 201007259

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Hubungan Selebritis Endorsement Raffi Ahmad dengan Perilaku Konsumtif pada Konsumen Brand Erigo

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Disusun Oleh :

Agil Septian Razaqi

201007259

Disetujui oleh :



Andreas Ambrosius Susanto, Ph.D

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

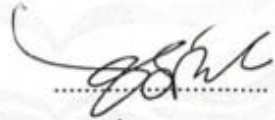
Judul Skripsi : Hubungan Selebritis Endorsement Raffi Ahmad dengan Perilaku
Konsumtif pada Konsumen Brand Erigo
Penyusun : Agil Septian Razaqi
NPM : 201007259

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang dilaksanakan pada
Hari/Tanggal : 15 Juli 2025
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Kampus 4 Atmajaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Suryo Adi Pramono, M.Si.

Penguji Utama



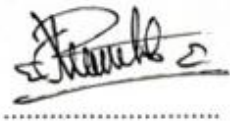
Andreas Ambrosius Susanto, Ph.D.

Penguji I



Y. Kunharibowo, S.sos., M.A.

Penguji II



Kristian Tamtomo, S. Antr., M.A., Ph.D.

Ketua program Studi S1 Sosiologi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agil Septian Razaqi
NPM : 201007259
Program Studi : Sosiologi
Judul Skripsi : Hubungan Selebritis Endorsement Raffi Ahmad dengan Perilaku Konsumtif pada Konsumen Brand Erigo.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsis ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain. Bila dikemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 17 Juni 2025

Saya yang menyatakan



Agil Septian Razaqi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara selebritis endorsement Raffi Ahmad dan perilaku konsumtif konsumen Brand Erigo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional karena peneliti ingin mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara kedua variabel dalam bentuk statistik. Objek penelitian ini adalah konsumen brand erigo dengan jumlah sampel 100 responden yang diambil dari jumlah like Raffi Ahmad pada 9 Desember 2022- 10 Desember 2024 sebanyak 69.400. Data yang sudah dikumpulkan kemudian diinput dan diolah oleh peneliti menggunakan SPSS. Uji yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi Pearson. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa dari total nilai rata rata jawaban responden sebanyak 3,75 berpendapat persepsi konsumen yang positif dan cukup tinggi terhadap publik figur Raffi Ahmad sebagai endoser. Sementara itu, variabel perilaku konsumtif yang dianalisis melalui dimensi impulsivitas memperoleh skor rata-rata 3,67, menandakan tingginya kecenderungan responden dalam melakukan pembelian secara spontan dan emosional. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara selebriti endorsement dan perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi sebesar 0,604 dan tingkat signifikansi $p < 0,01$.

Kata Kunci : Selebritis Endorsement, Perilaku konsumtif

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kuasa, dan karunia yang telah diberikan selama penulisan skripsi dengan judul Hubungan Selebritis Endorsement Raffi Ahmad dengan Perilaku Konsumtif pada Konsumen Brand Erigo.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan motivasi dan bimbingan secara maksimal dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penuh, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Andreas Ambrosius Susanto, Ph.D., selaku dosen pembimbing utama mahasiswa, dari proses pelaksanaan internship hingga penyelesaian skripsi. Terima kasih atas waktu, tenaga, kesabaran, dan kesempatan yang diberikan kepada penulis selama melakukan bimbingan skripsi hingga selesai.
2. Bapak Kristian Tamtomo, S.Antr., M.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta sekaligus dosen penguji. Terima kasih atas kritikan dan saran yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga menjadi lebih baik.
3. Bapak. Suryo Adi Pramono, M.Si. dan Bapak Y. Kunharibowo, S.sos., M.A., selaku dosen penguji penulis yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk memberikan perhatian berupa kritikan dan saran atas skripsi hingga menjadi lebih baik.

4. Orang tua, adik dan kakak-kakak penulis, yang telah memberikan dukungan secara maksimal berupa motivasi, doa, dan harapan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Bara Sukamadewa, A. Remulia Tarigan, Gabriel Marjun Sawasemariay, Steven Layantara, Valensio Sandro Handika, Gregorius Yuventus Pito Watun, Hans Prejacky, dan beberapa teman lain satu jurusan penulis yang tidak dapat disebutkan, atas motivasi dan dukungan selama penulisan skripsi ini selesai.
6. Diri saya sendiri yang telah memberikan perjuangan penuh atas tenaga, pikiran, dan waktu. Walaupun perjalanan ini masih kecil, setidaknya dimulai dari hal ini, saya dapat bertumbuh bersama diri sendiri untuk perjuangan-perjuangan yang akan besar dan datang ke depannya.

Yogyakarta, 17

Juni 2025

Penulis



Agil Septian

Razaqi

Daftar Isi

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
Daftar Isi	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Tinjauan Pusaka	4
E. Kerangka Konsep	6
1. Konsumtif	6
2. Selebritis Endorsement	7
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II METODE PENELITIAN	11
A. Jenis dan Metode Penelitian.....	11
B. Populasi dan Sampel.....	12
C. Operasional Konsep.....	14
D. Metode Pengumpulan Data, Jenis Data, dan Analisis Data	15
1. Metode Pengumpulan Data	15
2. Jenis Data.....	17
3. Analisis Data	18
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Hasil Penelitian	28
B. Pembahasan.....	42
BAB IV KESIMPULAN	46
Lampiran	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Operasionalisasi Konsep	14
Tabel 2. 2 Skala penilaian	16
Tabel 2. 3 Pedoman Penentuan Kategori	17
Tabel 2. 4 Uji Validitas Variabel (X) Selebritis Endorsement	20
Tabel 2. 5 Uji Validitas Variabel (Y) Perilaku Konsumtif	22
Tabel 2. 6 Jumlah Responden yang Digunakan	24
Tabel 2. 7 Statistik Reliabilitas Variabel (X) Selebritis Endorsement.....	24
Tabel 2. 8 Statistik Reliabilitas Variabel (Y) Perilaku Konsumtif.....	25
Tabel 3. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 3. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 3. 3 Profil Responden Tingkat Pembelian Produk.....	30
Tabel 3. 4 Profil Responden Tingkat Iklan yang Dilihat	31
Tabel 3. 5 Jawaban Responden terhadap Dimensi Daya Tarik Personal.....	33
Tabel 3. 6 Jawaban Responden terhadap Dimensi Kepercayaan Emosional terhadap Selebritis.....	35
Tabel 3. 7 Hasil Kesimpulan Variabel Selebritis Endorsement.....	36
Tabel 3. 8 Jawaban Responden terhadap Dimensi Implusivitas	39
Tabel 3. 9 Analisis Korelasi	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skema Kerangka Berpikir	9
--	----------