

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ALBUM BTS MELALUI SHOPEE**

(Studi Kasus Pada Pecinta *K-Pop* Di Kota Bandung)

Disusun Oleh:

**Annida Fauziah
C1180181**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran**



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Promosi Penjualan
Terhadap Keputusan Pembelian Album BTS Melalui
Shopee
(Studi Kasus Pada Pecinta *K-Pop* Di Kota Bandung)

Nama : Annida Fauziah

NRP : C1180181

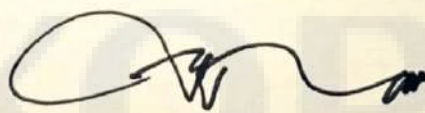
Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing

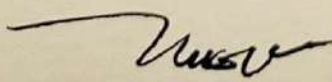


Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

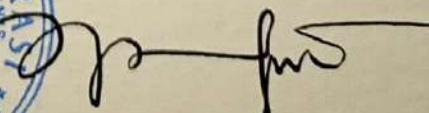
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Sarjana Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Annida Fauziah, peneliti lahir di Karawang, Jawa Barat pada 21 Oktober 1999. Peneliti merupakan anak kedua dari empat bersaudara, putri dari Bapak Teja Lesmana dan Pitria Mayashanti. Adapun jenjang pendidikan formal yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2006-2010 tercatat bersekolah di SDIT Al-Irsyad Karawang
2. Tahun 2010-2012 menyelesaikan pendidikan di SDN 005 Batam
3. Tahun 2012-2015 menyelesaikan pendidikan di SMP Islam Nabilah Batam
4. Tahun 2015-2018 menyelesaikan pendidikan di SMAN 4 Karawang
5. Tahun 2018 sampai sekarang peneliti tercatat sebagai mahasiswi di IKOPIN jurusan S1 Manajemen, dan mengambil konsentrasi Manajemen Pemasaran. Pada bulan Januari tahun 2022 IKOPIN diresmikan menjadi Universitas Koperasi Indonesia. Selama masa perkuliahan, peneliti aktif mengikuti berbagai kegiatan kemahasiswaan, yaitu:

1. *English Club of IKOPIN (2018-2020)*

Member of Routine Sharing Division (2018-2020)

Chairman of Senior Board (2020-2021)

2. *Asisten Laboratorium Language Center of IKOPIN*

Member of Material Division (2019-2021)

Coordinator of Material Division (2021-2022)

ABSTRACT

Annida Fauziah 2022. *The Influence of Hedonic Lifestyle and Sales Promotion on BTS Album Purchase Decisions Through Shopee (Case Study on K-Pop Lovers in Bandung City). Under the guidance of H. Gijanto Purbo Suseno.*

This study was conducted to determine (1) The effect of a hedonic lifestyle on BTS album purchasing decisions (2) The effect of sales promotion on BTS album purchase decisions (3) The effect of a hedonic lifestyle and sales promotion simultaneously on the decision to purchase BTS albums (4) Efforts made by Shopee to encourage purchase decisions. This research was conducted by distributing questionnaires to 96 respondents who love K-pop in the city of Bandung.

During the pandemic, all industries experienced a decline to bankruptcy except for K-pop where sales rose, especially physical album sales. In the preliminary survey, 9 out of 10 people said that they bought BTS albums other than to appreciate their idols, they bought them for their satisfaction and because they follow the trend to gain recognition from others, which indicates that they have a hedonic lifestyle. This hedonic lifestyle also has one indicator of the hedonic motif, which is like looking for shopping places that offer discounts and low prices, where this hedonic lifestyle is increasingly formed with attractive offers from sales promotions carried out by Shopee to encourage buyers to buy the product, especially the BTS album.

The analytical method used in this study is multiple regression analysis with sample selection using a non-probability sampling method with a purposive sampling approach.

The results showed that there was a simultaneous influence between a hedonic lifestyle and sales promotion showing a percentage of 57.8%, while the remaining 42.2% was influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Hedonic Lifestyle, Sales Promotion, Purchase Decision

ABSTRAK

Annida Fauziah 2022. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Album BTS Melalui Shopee (Studi Kasus Pada Pecinta *K-Pop* Di Kota Bandung). Di bawah bimbingan **H. Gijanto Purbo Suseno**.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui (1) Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian album BTS (2) Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian album BTS (3) Pengaruh gaya hidup hedonis dan promosi penjualan secara simultan terhadap keputusan pembelian album BTS (4) Upaya yang dilakukan Shopee untuk mendorong terjadinya keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden pecinta *K-pop* di Kota Bandung.

Pada masa pandemi, semua industri mengalami penurunan hingga kebangkrutan terkecuali pada industri *K-pop* di mana penjualan naik khususnya pada penjualan album fisik. Pada survey pendahuluan, 9 dari 10 orang mengatakan membeli album BTS selain karena untuk menghargai idolanya, mereka membeli karena untuk kepuasan sendiri dan karena mengikuti tren untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain, di mana ini menyatakan bahwa mereka memiliki gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis ini juga mempunyai salah satu indikator pada motif hedonis, yaitu suka mencari tempat belanja yang menawarkan diskon dan harga yang murah, yang mana gaya hidup hedonis ini semakin terbentuk dengan adanya penawaran menarik dari promosi penjualan yang dilakukan oleh Shopee sehingga mendorong pembeli untuk membeli produk tersebut khususnya album BTS.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan pemilihan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup hedonis dan promosi penjualan menunjukkan persentase 57,8%, sedangkan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Gaya Hidup Hedonis, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan izin-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Album BTS Melalui Shopee” sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar S1 Manajemen pada Universitas Koperasi Indonesia.

Sepenuhnya penulis menyadari adanya kekurangan dan kelemahan yang melekat pada diri penulis. Namun dengan keterbatasan ini akhirnya saya bisa menyelesaikan penelitian ini dengan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada Allah SWT juga kepada Abi, Umi, Kakak dan Adik yang selalu memberikan segala bentuk dukungan selama perkuliahan berlangsung hingga proses penulisan skripsi. Serta saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan pengarahan, bimbingan serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
2. Ir. Hj. Nanik Risnawati, M.Si selaku dosen penguji konsentrasi pemasaran yang telah memberikan masukan, arahan serta nasihat dalam penulisan skripsi ini.

3. Hj. Suarny Amran, SH., MH selaku dosen penguji koperasi yang telah memberikan masukan, arahan serta nasihat kepada penulis.
4. Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si, selaku Direktur Program Studi S1 Manajemen.
5. Seluruh dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Pihak kampus Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bantuan beasiswa PPA selama 1 semester.
7. Ronald Nanda Pratama yang telah menjadi tempat berkeluh kesah, membantu dan memberikan semangat selama penulisan skripsi.
8. Amelia Fidhayanti teman pertama di kelas Manajemen D yang telah menemani masa-masa perkuliahan dan terus memberikan semangat kepada penulis.
9. Intan Melawati yang selalu membantu dan menemani kemanapun dan kapanpun.
10. Kebo *Squad* Alifa, Fakhira dan Irma yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Istri Sholehah Intan, Linda, Fuji, Nizam, Dian, Amel yang telah bertukar pikiran, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
12. *Skripsweet Gank* Muhtar dan Alifa si anti wacana wacana club.
13. *Easy Going Gank*: Muhtar, Alifa, Rista, Syifa, Zulfikar, Sofia, Iman, Dian, Ryan, dan Farhan yang selalu gercep revisi judul *banner* dibanding revisi skripsi.

14. Teman-teman *English Club of IKOPIN*.
15. Teman-teman Asisten *Language Center of IKOPIN*.
16. Teman-teman kosan Sekar Tanjung 1 Siti, Linda, Amel, Eka, dan Wulan.
17. *SEVENTEEN* S.coups, Jeonghan, Joshua, Jun, Wonwoo, Woozi, Hoshi, DK, Mingyu, The8, Seungkwan, Vernon dan Dino yang telah memberikan lagu-lagu indah dan menemani penulis selama pembuatan skripsi ini.
18. Teman-teman atau pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan dukungannya.
19. Diri saya sendiri yang memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun pada proses penulisan skripsi ini.

Jatinangor, Juni 2022

Annida Fauziah

IKOPIN
University

DAFTAR ISI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	11
2.1 Pendekatan Masalah	11
2.1.1 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Pendekatan Keputusan Pembelian	13

2.1.3 Pendekatan Gaya Hidup Hedonis	17
2.1.4 Pendekatan Promosi Penjualan.....	19
2.1.5 Kerangka Penelitian.....	20
2.1.6 Hipotesis Penelitian	21
2.2 Metode Penelitian.....	22
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	22
2.2.2 Data Yang Digunakan (Operasionalisasi Variabel).....	23
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	24
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	27
2.2.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	28
2.2.6 Tempat Penelitian	35
2.2.7 Jadwal Waktu Penelitian.....	35
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	36
3.1 Gambaran Umum	36
3.2 Profil Shopee	36
3.3 Logo Shopee.....	36
3.4 Sejarah Berdirinya Shopee	37
3.5 Visi dan Misi Shopee.....	38
3.6 Fasilitas Pada Aplikasi Shopee.....	38
3.7 <i>Ambassador</i> Shopee	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Identitas Responden.....	42
4.3 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album BTS	44

4.4 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Album BTS	46
4.5 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Album BTS Secara Simultan.....	47
4.6 Upaya Yang Dilakukan Shopee Untuk Mendorong Terjadinya Keputusan Pembelian	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran	72
5.2.1 Aspek Teoritis.....	72
5.2.2 Aspek Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ranking Popularitas Penyanyi K-pop.....	4
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel	24
Tabel 2. 2 Skala Pengukuran.....	27
Tabel 2. 3 Skor dan Kriteria.....	30
Tabel 2. 4 Skala Interval	31
Tabel 2. 5 Konversi Kriteria Responden.....	31
Tabel 4. 1 Jumlah Usia Responden	43
Tabel 4. 2 Jumlah Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4. 3 Uji Hipotesis Parsial (X1 Terhadap Y).....	45
Tabel 4. 4 Uji Hipotesis Parsial (X2 Terhadap Y).....	46
Tabel 4. 5 Uji Hipotesis Simultan.....	47
Tabel 4. 6 Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4. 7 Deskriptif Mengenai Pembelian Album Ketika Comeback.....	49
Tabel 4. 8 Deskriptif Mengenai Membeli Album Dibandingkan Dengan Keperluan Lain	50
Tabel 4. 9 Deskriptif Mengenai Membeli Album Agar Diakui Oleh Orang Lain	50
Tabel 4. 10 Tabel Mengenai Membeli Album BTS Untuk Kesenangan Semata .	51
Tabel 4. 11 Deskriptif Mengenai Membeli Album Karena Desain Yang Menarik.....	52
Tabel 4. 12 Deskriptif Mengenai Keharusan Memiliki Album Yang Dimiliki Orang Lain.....	53
Tabel 4. 13 Deskriptif Mengenai Pembelian Album Lebih Dari Satu.....	53
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Responden Variabel X1 (Gaya Hidup Hedonis).....	54

Tabel 4. 15 Deskriptif Mengenai Puncak Pembelian Terbesar Ketika Event Tertentu.....	55
Tabel 4. 16 Deskriptif Mengenai Keinginan Membeli Album Ketika Ada Bonus Item.....	56
Tabel 4. 17 Deskriptif Mengenai Kemudahan Pembayaran Shopee Paylater	57
Tabel 4. 18 Deskriptif Mengenai Potongan Harga Memicu Terjadinya Impulsive Buying	57
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Responden Variabel X2 (Promosi Penjualan)	58
Tabel 4. 20 Deskriptif Mengenai Pembelian Album Versi Apa Saja Asalkan Harga Terjangkau	60
Tabel 4. 21 Deskriptif Mengenai Pembelian Album Versi Baru (Unsealed)	61
Tabel 4. 22 Deskriptif Mengenai BTS Sebagai Idol Yang Disukai Dibandingkan Idol Lain	61
Tabel 4. 23 Deskriptif Mengenai Mencari Rating Toko Shopee Terbagus	62
Tabel 4. 24 Deskriptif Mengenai Pembelian Album Dengan Tidak Melihat Rating Toko Tetapi Dengan Harga Yang Terjangkau	63
Tabel 4. 25 Deskriptif Mengenai Kemudahan Yang Diberikan Shopee Dalam Belanja Kapan Saja.....	64
Tabel 4. 26 Deskriptif Mengenai Bonus Item Meningkatkan Pembelian.....	64
Tabel 4. 27 Deskriptif Mengenai Shopee Paylater Memudahkan Pembelian.....	65
Tabel 4. 28 Deskriptif Mengenai Shopee Pay Memudahkan Pembelian.....	66
Tabel 4. 29 Deskriptif Mengenai Penggunaan Shopee Paylater Dalam Membeli Album	66
Tabel 4. 30 Deskriptif Mengenai Penggunaan Shopee Pay Dalam Membeli Album	67
Tabel 4. 31 Rekapitulasi Responden Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Album Fisik K-pop.....	2
Gambar 1. 2 10 (sepuluh) Negara Penggemar K-pop Terbanyak.....	3
Gambar 1. 3 10 (Sepuluh) Negara Berdasarkan Kreasi Video K-pop.....	4
Gambar 1. 4 Pengunjung Bulanan Situs E-Commerce	6
Gambar 1. 5 Grafik Survey Pendahuluan Terhadap 10 Orang Responden.....	7
Gambar 2. 1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	15
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	20
Gambar 3. 1 Logo Shopee.....	36
Gambar 3. 2 Red Velvet Sebagai Ambassador Shopee	39
Gambar 3. 3 GOT7 Sebagai Ambassador Shopee	40
Gambar 3. 4 Blackpink Sebagai Ambassador Shopee	40
Gambar 3. 5 Stray Kids Sebagai Ambassador Shopee	41

IKOPIN
University

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Data Input Jawaban Responden.....	85
Lampiran 3 Instrumen Data	89
Lampiran 4 Transformasi Data MSI	93
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	104
Lampiran 6 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	106

