



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, LIFESTYLE , BRAND
IMAGE NCT 127 TERHADAP SUSTAINABLE PURCHASE
DECISION PRODUCT NATURE REPUBLIC PADA
PENGGEJAR NCT 127**

(Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Fadla Zahrani Fazrina Thahira
43121010427

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2025



**PENGARUH BRAND AMBASSADOR, LIFESTYLE, BRAND
IMAGE NCT 127 TERHADAP SUSTAINABLE PURCHASE
DECISION PRODUCT NATURE REPUBLIC PADA
PENGGEMAR NCT 127**

(Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Fadla Zahrani Fazrina Thahira

43121010427

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadla Zahrani Fazrina Thahira
NIM : 43121010427
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image NCT 127 Terhadap Sustainable Purchase Decision Product Nature Republic Pada Penggemar NCT 127 (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Oktober 2025



Fadla Zahrani Fazrina Thahira

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	--	----------

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi				
Tgl. Efektif	25 September 2024					

SURAT KETEPANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : FADLA ZAHRANI FAZRINA THAHIRA
 NIM : 43121010427
 Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
 Jenis : Skripsi
 Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND AMBASSADOR, LIFESTYLE , BRAND IMAGE NCT 127 TERHADAP SUSTAINABLE PURCHASE DECISION PRODUCT NATURE REPUBLIC PADA PENGGEMAR NCT 127 (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)
 Hasil Pengecekan Turnitin : 30%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi Turnitin dengan hasil presentase kemiripan sebesar 30% dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagai mana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 February 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Februari/25/0000000839/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fadla Zahrani Fazrina Thahira
NIM : 43121010427
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image NCT 127 Terhadap Sustainable Purchase Decision Product Nature Republic Pada Penggemar NCT 127
Tanggal Sidang : 03 September 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA-09255791



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image NCT 127 Terhadap Sustainable Purchase Decision Product Nature Republic Pada Penggemar NCT 127”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Marketing. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Aldina Shiratina, SE., M.Si., Dr selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, bimbingan, saran, pengetahuan, semangat dan nasehar-nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana, yang telah memimpin dan memberikan arahan bagi kemajuan universitas
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, atas dukungan dan kebijakan yang selalu mengutamakan kemajuan mahasiswa
3. Bapak Dudi Permana, PH.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, yang senantiasa memberikan arahan dan perhatian penuh terhadap perkembangan akademik mahasiswa.
4. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama perkuliahan dari awal hingga akhir.
5. Ibu Aldina Shiratina, SE., M.Si, Dr selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing penulis selama menjalani penulisan (Tugas Akhir) sejak awal hingga akhir, memberikan arahan, saran dan masukan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu, wawasan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.

7. Teristimewa, untuk kedua orang tua yang menjadi motivasi besar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Ibu Titim dan Bapak Emuh, serta adik kecil sangat lucu yaitu Annasya Shafa yang memahami keadaan penulis.

8. Kepada seluruh teman – teman Manajemen S1 FEB Angkatan 2021, terutama kepada Pratiwi. Yang telah Bersama penulis dari mahasiswa baru sampai dalam penulisan tugas akhir. Semoga dalam perjalanan, kalian senantiasa diberikan kemudahan dan keberkahan.

9. Kepada sahabat tercinta saya Rania, Khansa dan Fatiya yang telah memberikan support dan semangat baru dari sebelum penulisan berakhir. Terima kasih telah memberikan experience baru selama berteman bersama.

10. Kepada idola kesukaan peneliti (EXO, NCT dan RIIZE) yang selalu memberikan hiburan berupa lagu-lagu, variety show, serta tingkah lucu yang selalu menghibur peneliti ketika jenuh dalam menyelesaikan Skripsi ini.

11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan sedikit atau banyak andil dan doa kepada saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua terutama bagi ilmu Manajemen Pemasaran baik di bidang Pendidikan maupun penerapan di tempat kerja. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadla Zahrani Fazrina Thahira
NIM : 43121010427
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image NCT 127 Terhadap Sustainable Purchase Decision Product Nature Republic Pada Penggemar NCT 127 (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A
Jakarta, 21 Februari 2026
Yang menyatakan,



Fadla Zahrani Fazrina Thahira

ABSTRAK

Nama : Fadla Zahrani Fazrina Thahira
NIM : 43121010427
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image NCT 127 Terhadap Sustainable Purchase Decision Product Nature Republic Pada Penggemar NCT 127 (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta)
Pembimbing : Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Ambassador NCT 127, Lifestyle, Brand Image* terhadap *Sustainable Purchase Decision* pada produk Skincare Nature Republic oleh penggemar. Objek dalam penelitian ini adalah penggemar Generasi Z di DKI Jakarta yang sudah membeli dan menggunakan produk skincare Nature Republic. Sampel yang akan dipergunakan sebanyak 175 responden, yang di peroleh oleh metode purposive sampling. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode survey. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (Structural Equation Mode) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan teknik SEM-PLS, penelitian ini menguji hubungan ketiga variabel terhadap sustainable purchase decision. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis serta kontribusi teoritis untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pengaruh Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image terhadap Sustainable Purchase Decision pada produk Skincare Nature Republic.

Kata Kunci : Brand Ambassador NCT 127, Lifestyle, Brand Image, Sustainable Purchase Decision, Produk Skincare Nature Republic, Penggemar NCT 127

ABSTRACT

Name : Fadla Zahrani Fazrina Thahira
NIM : 43121010427
Study Program : Management
Thesis Report Title : *The Influence of NCT 127's Brand Ambassador, Lifestyle, and Brand Image on Sustainable Purchase Decisions for Nature Republic Products among NCT 127 Fans (A Study on Generation Z in DKI Jakarta)*
Counsellor : Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

This research aims to analyze the influence of NCT 127 Brand Ambassador, Lifestyle Brand Image on Sustainable Purchase Decision for Nature Republic Skincare products. The research method used was quantitative, with data collection using a survey method. The object of this research is Generation Z in DKI Jakarta who have purchased and used Nature Republic skincare products. The sample used was 175 respondents, obtained using the purposive sampling method. The data analysis method used in this study was SEM (Structural Equation Mode) using SmartPLS 4.0 software. Using a quantitative approach with survey methods and SEM-PLS analysis techniques, this research examines the relationship among the three independent variables on sustainable purchase decision. The result are expected to provide theoretical contributions and broaden knowledge about the influence of Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image on Sustainable Purchase Decision for Nature Republic Skincare products.

Keywords : *NCT 127 Brand Ambassador, Lifestyle, Brand Image, Sustainable Purchase Decision, Nature Republic Skincare Products, NCT 127 Fans*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat/Kontribusi Penelitian	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.4 Sustainable Purchase Decisions.....	22
2.1.5 Brand Ambassador.....	24
2.1.6 Lifestyle	28
2.1.7 Brand Image.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Pengembangan Hipotesis	55
2.3.1 Kerangka Pemikiran	57

2.3.2 Hipotesis	59
BAB III	60
METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	60
3.2 Desain Penelitian.....	60
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	61
3.1.1 Oprasionalisasi Variabel	62
3.4 Skala Pengukuran Variabel	66
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	67
3.6 Metode Pengumpulan Data	68
3.7 Metode Analisis Data	69
3.8 Uji Instrumen.....	70
3.9 Uji Validasi.....	71
3.10 Uji Relibilitas	72
BAB IV	79
HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1 Analisis Deskriptif.....	79
1. Karakteristik Responden	79
4.2 Hasil Penelitian.....	79
2. Deskripsi Variabel.....	82
4.3 Analisis Partial Least Square.....	87
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	87
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	99
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	101
BAB V	106
PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107
5.1.1 Saran Praktis.....	107
5.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1Operasionalisasi Variabel	63
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	66
Tabel 3. 3 Rule Of Thumb Outher Model.....	75
Tabel 3. 4 Rule Of Thumb Inner Model	78
Tabel 4. 1 Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Brand Ambassador	83
Tabel 4. 2 Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Lifestyle	84
Tabel 4. 3 Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Brand Image	85
Tabel 4. 4 Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Sustainable Purchase Decision.....	86
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Convergent	89
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Convergent	92
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Average Variance Extracted (AVE)	94
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Discriminant (Cross Loadings)	95
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Discriminant (Fornell Larcker Criterium).....	98
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliability Composite & Cronbach's Alpha	98
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit Mode)	99
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan Produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia 2017-2025:	2
Gambar 1. 2 Skincare & kosmetik paling diingat penggemar Korea	4
Gambar 2. 1 Mode Theory of Planned Behavior (TPB) Ajzen (1991).....	17
Gambar 2. 2 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	58
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	88
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	91
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	101

