

**PERANAN *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP PEMBELIAN
KOMPULSIF PADA LAKI-LAKI PENGGEMAR K-POP GENERASI Z
DI KALIMANTAN SELATAN**

Skripsi

Diajukan guna memenuhi sebagian syarat

Untuk memperoleh gelar derajat Sarjana Psikologi

Universitas Lambung Mangkurat



Oleh

Fauziah

2010914120015

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
Juni, 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**PERANAN *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP PEMBELIAN KOMPULSIF
PADA LAKI-LAKI GENERASI Z PENGGEMAR K-POP
DI KALIMANTAN SELATAN**

diperstapkan dan disusun oleh

Fauziah


telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 19 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain


Dr. Ermina Istiqomah, M.Si., Psikolog
NIP.197009192005012002



Dr. Muhammad Abdan Shadiqi, S.Psi.,
M.Si.
NIP. 199102232019031008

Pembimbing Pendamping


Rooswita Santia Dewi, M.Si., Psikolog
NIP. 197409082008122001


Siti Rai'yati, S.Psi.L., M.Psi.
NIPPPK.199212262023212035

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi


Sukma Noor Akbar, M.Psi., Psikolog
NIP. 198104212008121005
Koordinator Program Studi Psikologi

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banjarbaru, 23 Juli 2022



Fauziah

NIM. 2010914120014

ABSTRAK

PERANAN *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP PEMBELIAN KOMPULSIF PADA LAKI-LAKI PENGGEMAR K-POP GENERASI Z DI KALIMANTAN SELATAN

Fauziyah

Fenomena *Korean Wave* yang telah menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia mulai menimbulkan berbagai perilaku seperti *celebrity worship* dan pembelian kompulsif pada penggemarnya, terutama penggemar K-Pop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *celebrity worship* terhadap pembelian kompulsif pada laki-laki penggemar K-Pop generasi Z di Kalimantan Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebar kuesioner secara daring. Sampel penelitian adalah laki-laki penggemar K-Pop generasi Z yang berdomisili di Kalimantan Selatan berjumlah 71 orang dengan rentang usia 17-26 tahun. Skala yang digunakan dalam penelitian adalah *Celebrity Attitude Scale* untuk mengukur *celebrity worship* dan *Compulsive Online Shopping Scale* untuk mengukur pembelian kompulsif secara daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *celebrity worship* terhadap pembelian kompulsif sebesar 10,2% dan pengaruh bersifat negatif, sehingga semakin tinggi *celebrity worship* maka semakin rendah pembelian kompulsif laki-laki penggemar K-Pop generasi Z di Kalimantan Selatan.

Kata kunci: *Celebrity worship*, pembelian kompulsif, laki-laki, penggemar K-Pop, generasi Z

ABSTRACT

THE ROLE OF CELEBRITY WORSHIP IN COMPULSIVE BUYING AMONG MALE K-POP FANS OF GENERATION Z IN SOUTH KALIMANTAN

Fauziyah

The Korean Wave phenomenon that has spread throughout the world including Indonesia is beginning to give rise to various behaviours such as celebrity worship and compulsive buying among its fans, especially among K-Pop fans. This study aims to investigate the role of celebrity worship in compulsive buying among male K-Pop fans of the generation Z in South Kalimantan. A quantitative method was employed in this study by distributing questionnaires online. The research sample was male K-Pop fans of the generation Z living in South Kalimantan as many as 71 people with an age range of 17-26 years old. The scales included the Celebrity Attitude Scale to measure celebrity worship and the Compulsive Online Shopping Scale to measure compulsive online buying. The results of the study showed that there was a role of celebrity worship in compulsive buying by 10.2% and the effect was negative; therefore, the higher the celebrity worship, the lower the compulsive buying among male K-Pop fans of the generation Z in South Kalimantan.

Keywords: Celebrity worship, compulsive buying, male, K-Pop fans, generation Z

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peranan *Celebrity Worship* terhadap Pembelian Kompulsif pada Laki-laki Penggemar K-Pop Generasi Z di Kalimantan Selatan” ini tepat pada waktunya sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Lambung Mangkurat. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. dr. Istiana, M.Kes selaku Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam melaksanakan penelitian.
2. Bapak Sukma Noor Akbar., M.Psi., Psikolog selaku Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melaksanakan penelitian.
3. Ibu Dr. Ermina Istiqomah, M.Si., Psikolog selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Rooswita Santia Dewi, M.Si., Psikolog selaku dosen pembimbing pendamping penulis pada penyusunan skripsi di Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru yang telah membimbing dan memberikan ilmu dan pengetahuan mengenai skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

4. Bapak Muhammad Abdan Shadiqi, S.Psi., M.Si dan Ibu Siti Rai'yati, S.Psi.I., M.Psi. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan arahan untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Bapak Rendy Alfiannoor Achmad, S.Psi., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengajaran dan dukungan kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Seluruh staf Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak membantu dalam kelancaran penyelesaian skripsi terkait surat izin dan berkas lainnya.
7. Rekan penelitian, serta seluruh pihak atas sumbangan pikiran dan bantuan yang telah diberikan dalam penulisan dan penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi yang penulis susun ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis nantikan demi kesempurnaan skripsi ini. Terima kasih.

Banjarbaru, 04 Juni 2024

Fauziyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Signifikansi dan Keunikan Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Pembelian Kompulsif.....	20
2.1.1 Definisi Pembelian Kompulsif	20
2.1.2 Dimensi Pembelian Kompulsif.....	22
2.1.3 Kriteria Pembelian Kompulsif.....	24
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Kompulsif.....	26
2.1.5 Dampak Pembelian Kompulsif.....	29

2.2	Celebrity Worship	31
2.2.1	Definisi <i>Celebrity Worship</i>	31
2.2.2	Dimensi <i>Celebrity Worship</i>	32
2.2.3	Faktor yang Mempengaruhi <i>Celebrity Worship</i>	35
2.2.4	Dampak <i>Celebrity Worship</i>	41
2.3	Peranan Celebrity Worship terhadap Pembelian Kompulsif.....	43
2.4	Landasan Teori	45
2.5	Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		49
3.1	Rancangan Penelitian	49
3.2	Identifikasi, Konseptualisasi, dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	49
3.2.1	Identifikasi Variabel Penelitian	49
3.2.2	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian	50
3.3	Subjek dan Tempat Penelitian	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1	Instrumen Penelitian.....	53
3.4.3	Tahap Uji Coba	63
3.4.4	Tahap Pengambilan Data.....	64
3.4.5	Seleksi Aitem, Validitas, dan Reliabilitas Alat Ukur	65
3.4.6	Hasil Uji Coba Pengukuran.....	67
3.4	Analisis Data	70
3.4.1	Uji Asumsi Klasik	70
3.4.2	Uji Hipotesis.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		73
4.1.	Gambaran Subjek Penelitian	73
4.2.	Pelaksanaan Penelitian	74

4.3.	Hasil Penelitian.....	76
4.3.1	Deskripsi Data Penelitian	76
4.3.2	Hasil Analisis Data Penelitian	80
4.4.	Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		94
5.1.	Kesimpulan.....	94
5.2.	Saran.....	95
5.2.1	Bagi Responden.....	95
5.2.2	Bagi Keluarga.....	96
5.2.3	Bagi Penelitian Selanjutnya.....	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN.....		111

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rincian Skala <i>Compulsive Online Shopping Scale</i> Sebelum Uji Coba	56
Tabel 3. 2 Rincian Skala <i>Celebrity Attitude Scale</i> Sebelum Uji Coba.....	59
Tabel 3. 3 Rincian Skala Penelitian Setelah Uji Coba	68
Tabel 4. 1 Rincian Gambaran Subjek Penelitian.....	74
Tabel 4. 2 Rumus Perhitungan Skor Hipotetik	77
Tabel 4. 3 Perbandingan Skor Hipotetik dan Skor Empirik	77
Tabel 4. 4 Rumus Norma Kategorisasi Variabel Penelitian	79
Tabel 4. 5 Kategorisasi Data Variabel Penelitian	79
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Residual Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk.....	81
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Celebrity Worship</i> terhadap Variabel Pembelian Kompulsif.....	82
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	83
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Variabel <i>Celebrity Worship</i> dan Variabel Pembelian Kompulsif.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Peranan <i>Celebrity Worship</i> terhadap Pembelian Kompulsif.....	48
Gambar 3. 1 Bagan Prosedur Pengambilan Data.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

A. Skala Penelitian	112
B. Proses Adaptasi Alat Ukur	120
C. Skala Akhir Instrumen Penelitian.....	152
D. Kuesioner Penelitian	158
E. Hasil Uji Coba Penelitian	162
F. Data Penelitian	168
G. Hasil Deskriptif Data Penelitian.....	172
H. Kategorisasi.....	174
I. Hasil Analisis Data Penelitian	175
J. Bukti Izin Penggunaan Skala Penelitian.....	183
K. Form Skrining Awal Penilaian Etika Penelitian	184
L. Surat Pernyataan Bimbingan	190
M. Kartu Bimbingan Skripsi	192
N. Sertifikat Uji Plagiarisme	193
O. Dokumentasi	193