

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN
IMPULSIVE BUYING PEMBELIAN *MERCHANDISE*
PADA PENGGEMAR K-POP DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Rahmawati Dewi

201910515076



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara *Celebrity Worship*
Dengan *Impulsive Buying* Pembelian
Merchandise Pada Penggemar K-pop Di
Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Rahmawati Dewi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910515076

Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi


Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juni 2023

Jakarta, 06 Juli 2023

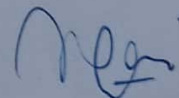
MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Drs., Adi Fahrudin, S.Psi., M.Soc., Sc., Ph.D
NIDN: 0012016608



Fathana Gina, M.Psi., Psikolog

NIDN: 0315078603

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara *Celebrity Worship*
Dengan *Impulsive Buying* Pembelian
Merchandise Pada Penggemar K-pop Di
Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Rahmawati Dewi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910515076

Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juni 2023

Jakarta, 07 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog

NIDN: 0317128504

Penguji I : Prof. Drs., Adi Fahrudin, S.Psi., M.Soc., Sc., Ph.D

NIDN: 0012016608


Penguji II : Fathana Gina, M.Psi., Psikolog

NIDN: 0315078603

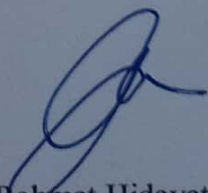
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Psikologi

Dekan Fakultas Psikologi


Yulia Fitriani, S.Psi., M.A

NIDN:0314078503


Prof. Dede Rahmat Hidayat, M.Psi., Ph.D

NIDN: 0026047110

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan *Impulsive Buying* Pembelian *Merchandise* Pada Penggemar K-pop di Kota Bekasi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan di foto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 07 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Rahmawati Dewi

NPM : 201910515076

ABSTRAK

Rahmawati Dewi. 201910515076. Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan *Impulsive Buying* Pembelian *Merchandise* Pada Penggemar K-pop di Kota Bekasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris hubungan antara *celebrity worship* dengan *impulsive buying* (Studi Korelasional tentang Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan *Impulsive Buying* Pembelian *Merchandise* Pada Penggemar K-pop di Kota Bekasi).

Penelitian ini merupakan sebuah studi yang meneliti tentang hubungan antara *celebrity worship* dengan *impulsive buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan *celebrity worship* dengan *impulsive buying* pembelian *merchandise* pada penggemar K-pop di Kota Bekasi. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 122 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara *celebrity worship* dengan *impulsive buying* . Dengan skor koefisien korelasi sebesar 0.470 dan signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara kedua variabel memiliki kekuatan yang sedang. Dari hasil kategorisasi yang dilakukan, sebagian besar responden memiliki tingkat *impulsive buying* maupun *celebrity worship* pada tingkatan yang sedang.

Kata kunci: *celebrity worship*, *impulsive buying*, penggemar K-pop

ABSTRACT

Rahmawati Dewi. 201910515076. *Relationship Between Celebrity Worship and Impulsive Buying of Merchandise Purchases by K-pop Fans in Bekasi City*

This study aims to empirically determine the relationship between celebrity worship and impulsive buying (Correlational Study on the Relationship Between Celebrity Worship and Impulsive Buying of Merchandise Purchases by K-pop Fans in Bekasi City).

This research is a study that examines the relationship between celebrity worship and impulse buying. This study aims to determine how strong the relationship between celebrity worship and impulsive buying of merchandise purchases among K-pop fans in Bekasi City. The number of samples in this study were 122 respondents. The method used in this study is a quantitative method with correlation analysis techniques. The results of this study indicate that there is a positive relationship between celebrity worship and impulsive buying. With a correlation score of 0.470 and a significance of 0.000. This shows that the correlation between the two variables has moderate strength. From the categorization results, most of the respondents have a impulsive buying and celebrity worship at a moderate level.

Keywords : celebrity worship, impulsive buying, K-pop fans

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya serta melalui petunjuknya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan *Impulsive Buying* Pembelian *Merchandise* Pada Penggemar K-pop di Kota Bekasi”. Sholawat dan salam senantiasa saya haturkan kepada junjungan hidup, Baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membawa dari kegelapan kepada hal yang baik. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat kelulusan program studi psikologi jenjang strata satu (S1) di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti sangat menyadari bahwa dalam proses pengerjaan skripsi ini peneliti mendapat banyak dukungan, bimbingan, serta doa dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta petunjuknya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dede Rahmat Hidayat, M.Psi., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II: Bekasi.
3. Ibu Yulia Fitriani, S.Psi., M.A, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II: Bekasi.
4. Prof, Drs., Adi Fahrudin, S.Psi., M.Soc., Sc., Ph.D, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan mengarahkan peneliti pada saat proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Yomima Viena, S.Psi., M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama perkuliahan dengan sangat baik.

6. Ibu Fathana Gina, M.Psi., Psikolog selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan yang membangun demi kelancaran penelitian ini.
7. Kedua orang tua peneliti, Bapak Dedi Sutendi dan Ibu Siti Jaenabun yang senantiasa selalu mendoakan dan mendukung dalam segi moril maupun materil.
8. Kepada Dhea Amalia Putri, Febi Fajriati, Marliani Ekatharini Putri, dan Maghfirlya Dara Sahda selaku mentor, dan rekan seperjuangan dalam proses penyelesaian skripsi.
9. Dan semua pihak yang terlibat dan mendukung yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Peneliti menyadari masih banyaknya kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh sebab itu peneliti menerima saran dan kritik yang membangun agar bisa lebih baik lagi. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan semua pihak yang membaca.

Jakarta, 26 Juni 2023



Rahmawati Dewi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Uraian Variabel.....	12
2.1.1 <i>Impulsive Buying</i>	12
2.1.1.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	12

2.1.1.2	Aspek-aspek <i>Impulsive Buying</i>	13
2.1.1.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	13
2.1.1.4	Alat Ukur <i>Impulsive Buying</i>	15
2.1.2	<i>Celebrity Worship</i>	16
2.1.2.1	Definisi <i>Celebrity Worship</i>	16
2.1.2.2	Aspek-aspek <i>Celebrity Worship</i>	17
2.1.2.3	Faktor-faktor yang Dipengaruhi <i>Celebrity Worship</i>	20
2.1.2.4	Alat Ukur <i>Celebrity Worship</i>	20
2.2	Hubungan Antar Variabel	21
2.3	Hipotesis Penelitian	22
2.4	Kerangka Berfikir Penelitian	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian.....	24
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian	24
3.2.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	24
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	25
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
3.3.1	<i>Impulsive Buying</i>	25
3.3.2	<i>Celebrity Worship</i>	25
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.4.1	Populasi Penelitian	26
3.4.2	Sampel dan <i>Sampling</i>	26
3.4.2.1	Sampel Penelitian.....	26
3.4.2.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5.1	Instrumen Penelitian	28
3.5.1.1	Skala <i>Impulsive Buying</i>	29
3.5.1.2	Skala <i>Celebrity Worship</i>	30
3.5.2	Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	32

3.5.2.1 Validitas	32
3.5.2.2 Reliabilitas.....	33
3.6 Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Responden Penelitian.....	35
4.2 Pelaksanaan Penelitian	36
4.2.1 Persiapan Penelitian	36
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	37
4.2.3 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian	37
4.2.3.1 Validitas	37
4.2.3.2 Reliabilitas.....	40
4.3 Hasil Penelitian.....	40
4.3.1 Profil Demografis.....	40
4.3.2 Uji Asumsi Penelitian	40
4.3.3 Kategorisasi Penelitian	42
4.3.3.1 Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i>	42
4.3.3.2 Kategorisasi <i>Celebrity Worship</i>	43
4.3.4 Uji Hipotesis.....	45
4.4 Diskusi dan Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
5.2.1 Saran Praktis	51
5.2.2 Saran Teoritis	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	28
Tabel 3.2 Pemberian Skor Pada Skala <i>Impulsive Buying</i>	29
Tabel 3.3. <i>Blue Print Impulsive Buying</i>	30
Tabel 3.4 Pemberian Skor Pada Skala <i>Celebrity Worship</i>	31
Tabel 3.5 <i>Blue Print Celebrity Worship</i>	32
Tabel 3.6 Klasifikasi Skor Reliabilitas	33
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	35
Tabel 4.2 Skala <i>Impulsive Buying</i>	38
Tabel 4.3 Skala <i>Celebrity Worship</i>	39
Tabel 4.4 Reliabilitas Skala Penelitian	40
Tabel 4.5 Profil Demografis.....	40
Tabel 4.6 Uji Asumsi Penelitian	41
Tabel 4.8 Kategorisasi Skor <i>Impulsive Buying</i>	43
Tabel 4.9 Kategorisasi Skor <i>Celebrity Worship</i>	44
Tabel 4.10 Klasifikasi Kekuatan Korelasi	45
Tabel 4.11 Uji Hipotesis Penelitian	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
---	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Izin Penelitian.....	56
Lampiran 1.2 Kartu Bimbingan.....	57
Lampiran 1.3 Bukti Survey Awal	59
Lampiran 1.4 Bukti Penyebaran Kuesioner	60
Lampiran 1.5 Bukti Google Form.....	61
Lampiran 1.6 Hasil SPSS	63
Lampiran 1.7 Tabulasi Data Variabel <i>Impulsive Buying</i>	69
Lampiran 1.8 Tabulasi Data Variabel <i>Celebrity Worship</i>	72
Lampiran 1.9 Aitem Skala <i>Impulsive Buying</i>	75
Lampiran 1.10 Aitem Skala <i>Celebrity Worship</i>	77