

**PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* DAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA REMAJA *THAI ENTHUSIAST***

Oleh:

BETHA BAYANI RAHMAWATI

202010515012



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Worship* dan Perilaku Konsumtif pada Remaja *Thai Enthusiast*
Nama Mahasiswa : Betha Bayani Rahmawati
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010515012
Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si
NIDN. 0324087902



Dr. Netty Merdiaty, MM., M.Si
NIDN. 0321126303

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Worship* dan Perilaku
Konsumtif pada *Thai Enthusiast*
Nama Mahasiswa : Betha Bayani Rahmawati
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010515012
Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,


Ketua Tim Penguji : Dr. Netty Merdiaty, MM., M.Si
NIDN. 0321126303
Penguji I : Dr. Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si
NIDN. 0324087902
Penguji II : Budi Sarasati, S.KM., M.Si
NIDN. 0420106702

Netty Merdiaty


MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Psikologi

Dekan Fakultas Psikologi


Yulia Fitriani, S.Psi., M.A.
NIDN. 0314078503


Prof. Adi Fahrudin, Ph.D.
NIDN. 0012016608

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh *Celebrity Worship* Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja *Thai Enthusiast*** 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 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 difoto 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, 02 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Betha Bayani Rahmawati

NPM. 202010515012

ABSTRAK

Betha Bayani Rahmawati. 202010515012. Pengaruh *Celebrity Worship* dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja *Thai Enthusiast*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi korelasi antara tingkat *celebrity worship* dan perilaku konsumtif pada remaja *Thai Enthusiast* dengan metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan studi korelasi dan regresi. Responden dalam penelitian ini adalah remaja yang berusia 15-24 tahun yang dipilih menggunakan metode *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penentuan responden pada penelitian ini menggunakan GPower versi 3.1.9.4 dengan hasil responden adalah 133 responden. Berdasarkan hasil analisis korelasi *Pearson's Correlations*, diketahui bahwa nilai p-value $<.001$ yang dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat *celebrity worship* dan perilaku konsumtif pada subjek penelitian. Kemudian nilai *Pearson's r* menunjukkan hasil 0,686 dengan interpretasi hubungan sedang (*moderate*) dengan hubungan arah positif yang dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat *celebrity worship* maka akan semakin tinggi juga tingkat perilaku konsumtif. Sehingga dengan ini hipotesis alternatif (H_a) diterima.

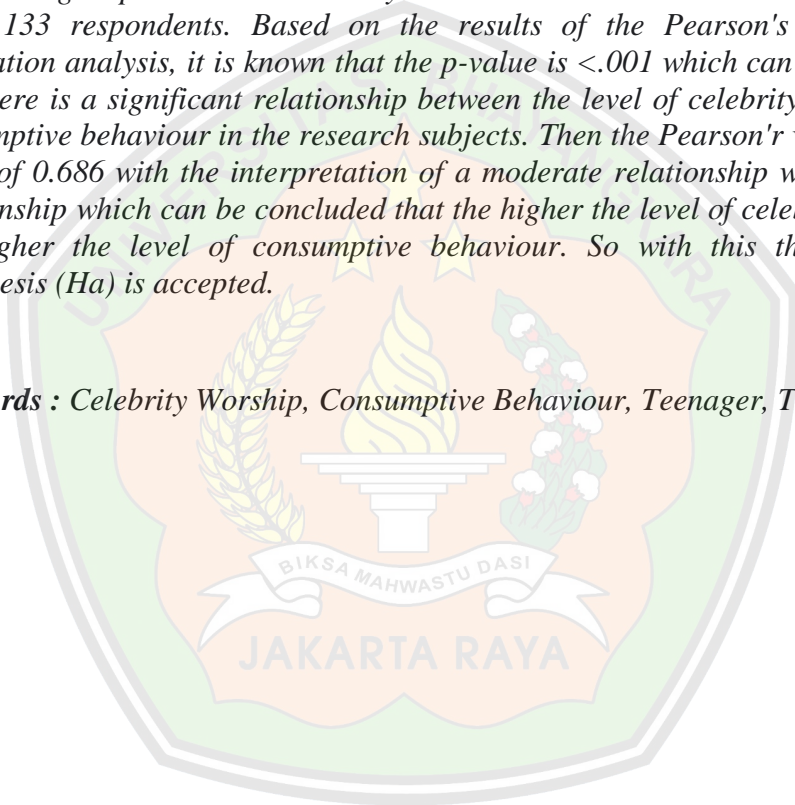
Kata kunci : *Celebrity Worship, Consumptive Behaviour, Remaja, Thai Enthusiast*

ABSTRACT

Betha Bayani Rahmawati. 202010515012. *The Influence of Celebrity Worship and Consumptive Behaviour on Thai Enthusiast Adolescents*

This research aims to identify the correlation between the level of celebrity worship and consumptive behaviour in Thai Enthusiast teenagers with the research method used is a quantitative approach using correlation and regression studies. Respondents in this study were teenagers aged 15-24 years who were selected using a non-probability sampling method with a purposive sampling approach. Determining respondents in this study used GPower version 3.1.9.4 with the result being 133 respondents. Based on the results of the Pearson's Correlations correlation analysis, it is known that the p-value is $<.001$ which can be concluded that there is a significant relationship between the level of celebrity worship and consumptive behaviour in the research subjects. Then the Pearson's r value shows a result of 0.686 with the interpretation of a moderate relationship with a positive relationship which can be concluded that the higher the level of celebrity worship, the higher the level of consumptive behaviour. So with this the alternative hypothesis (H_a) is accepted.

Keywords : *Celebrity Worship, Consumptive Behaviour, Teenager, Thai enthusiast*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Celebrity Worship* dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja *Thai Enthusiast*. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan, program studi Psikologi jenjang Strata satu (S1) Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selama penyusunan laporan riset/penelitian ini, peneliti memperoleh bimbingan, arahan, serta saran-saran dari berbagai pihak. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Prof. Adi Fahrudin Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Yulia Fitriani, S.Psi., MA selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Dr. Netty Merdiaty, M.M., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi II Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Ibu Dr. Kus Hanna Rahmi, M.Psi.,Psikolog selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Para Dosen & Staff Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Papah dan Mamah yang senantiasa memberikan doa, cinta, kasih, dan dukungan selama penyusunan skripsi.
9. Ibu Sri Rahayu Dwi Korarini yang senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.

10. Bima Putra Rahmatullah dan Muhammad Ramadian Putra yang senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
11. *Fandom Thailand, Thailand on going*, selaku komunitas Thai Enthusiast
12. Azwin Gus Mui'id, Bram Rialdi Siregar, Ismawati, Nabila Alya Sagita, Ririn Astriani, Tia Nuraida, serta sahabat, teman, dan seluruh pihak yang terlibat selama penyusunan skripsi.

Jakarta, 02 Februari 2024



Betha Bayani Rahmawati



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
GAMBAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Uraian Variabel.....	7
2.1.1 Perilaku Konsumtif.....	7
2.1.2 <i>Celebrity Worship</i>	9
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	11
2.3 Hipotesis.....	13
2.4 Kerangka Berfikir.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Tipe Penelitian.....	15
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian.....	15
3.3 Definisi Operasional.....	15
3.1.1 Definisi Operasional Variabel Tergantung (DV).....	15
3.1.2 Definisi Operasional Variabel Bebas (IV).....	16
3.4 Populasi dan Sampel.....	17
3.4.1 Populasi.....	17
3.4.2 Sampel dan Sampling.....	17

3.5 Teknik Pengumpulan Data	18
3.5.1 Instrumen Penelitian	18
3.5.2 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	20
3.6 Analisi Data.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Profil Responden Penelitian	24
4.2 Pelaksanaan Penelitian	25
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	25
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	26
4.2.3 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian	26
4.3 Hasil Penelitian	27
4.3.1 Profil Demografis	27
4.3.2 Uji Asumsi Penelitian.....	28
4.3.3 Kategorisasi Penelitian	29
4.3.4 Uji Hipotesis	31
4.4 Diskusi dan Pembahasan.....	33
BAB V PENUTUP.....	36
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN.....	44

GAMBAR TABEL

Tabel 3. 1 Model Skala Likert	19
Tabel 3. 2 Blue Print Celebrity Worship	19
Tabel 3. 3 Blue print Perilaku Konsumtif	20
Tabel 3. 4 Klasifikasi Indesk Daya Beda Item.....	21
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	24
Tabel 4. 2 Reliabilitas Skala Penelitian	27
Tabel 4. 3 Profil Demografis.....	27
Tabel 4. 4 Perbedaan Profil Demografis.....	28
Tabel 4. 5 Uji Asumsi.....	28
Tabel 4. 6 Deskripsi Statistik Skala <i>Celebrity Worship</i>	29
Tabel 4. 7 Kategorisasi Skor <i>Celebrity Worship</i>	30
Tabel 4. 8 Deskripsi Statistik Skala Perilaku Konsumtif	30
Table 4. 9 Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif	31
Table 4. 10 Uji Korelasi <i>Pearson</i>	32
Tabel 4. 11 Uji Regresi.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	14
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penentuan Responden G*Power	44
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	45
Lampiran 3 <i>Google Form</i> Penelitian	52
Lampiran 4 Validitas <i>Celebrity Worship</i>	53
Lampiran 5 Reliabilitas <i>Celebrity Worship</i>	54
Lampiran 6 Validitas Perilaku Konsumtif	55
Lampiran 7 Reliabilitas Perilaku Konsumtif.....	56
Lampiran 8 Uji Korelasi.....	57
Lampiran 9 Uji Regresi.....	58
Lampiran 10 Tabulasi Data Penelitian <i>Celebrity Worship</i>	59
Lampiran 11 Tabulasi Data Penelitian Perilaku Konsumtif	61
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian.....	67
Lampiran 13. Kartu Bimbingan.....	68
Lampiran 14. Artikel Luaran.....	70

