

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN
PEMBELIAN KOMPULSIF *MERCHANDISE BOYBAND BTS*
PADA PENGGEMAR REMAJA**



Oleh :

Naomi Khalishah Khansa Setiawan

1801617309

PSIKOLOGI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Mendapatkan Gelar

Sarjana Psikologi

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2021

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

**Hubungan antara *Celebrity Worship* dengan Pembelian Kompulsif *Merchandise*
Boyband BTS pada Penggemar Remaja**

Nama Mahasiswa : Naomi Khalishah Khansa Setiawan
Nomor Registrasi : 1801617309
Jurusan/Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 23 Agustus 2021

Pembimbing I




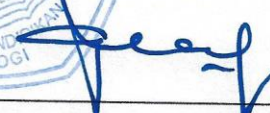



Dwi Kencana Wulan, M.Psi
NIP. 198212122014042001

Pembimbing II



Erik, M.Si
NIDN. 8844660018

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tanda tangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Penanggungjawab)*		2 Sep 21
Dr. Gumgum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		2 Sept 21
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Ketua Penguji)***		31 Agustus 2021
Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D (Anggota)****		31 Agustus 2021
Lupi Yudhaningrum, M.Psi (Anggota)****		31 Agustus 2021

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Naomi Khalishah Khansa Setiawan

NIM : 1801617309

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Hubungan antara *Celebrity Worship* dengan Pembelian Kompulsif *Merchandise Boyband* BTS pada Penggemar Remaja” adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Juli 2021.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 31 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan



Naomi Khalishah Khansa Setiawan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Naomi Khalishah Khansa Setiawan
NIM : 1801617309
Fakultas/Prodi : Pendidikan Psikologi/Psikologi
Alamat email : khalsnaomi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Hubungan antara *Celebrity Worship* dengan Pembelian Kompulsif *Merchandise Boyband* BTS pada Penggemar Remaja

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2021



(Naomi Khalishah Khansa S.)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

—For indeed, with hardship (will be) ease. Indeed, with hardship (will be) ease. So when you have finished (your duties), then stand up (for worship). And to you Lord direct (your) longing!.

(Al-Insyirah : 5-8)

Saya persembahkan skripsi ini untuk diri sendiri yang telah berjuang hingga hari ini. Untuk kedua orang tua yang sudah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, serta adik yang selalu mendukung keputusan saya.

NAOMI KHALISHAH KHANSA SETIAWAN

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PEMBELIAN
KOMPULSIF *MERCHANDISE BOYBAND* BTS PADA PENGGEMAR**

REMAJA

SKRIPSI

Jakarta: Program Studi Psikologi

Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta

2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada remaja yang merupakan penggemar BTS. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis korelasi. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini CAS (*Celebrity Attitude Scale*) yang terdiri dari 22 *item* untuk mengukur variabel *celebrity worship* dan CBB (*Compulsive Buying Behaviour*) yang terdiri dari 16 *item* untuk mengukur variabel perilaku pembelian kompulsif. Subjek penelitian merupakan penggemar *boyband* BTS sebanyak 230 responden. Hasil analisis statistik *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,877. Berdasarkan skor tersebut, maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pembelian kompulsif dengan *celebrity worship* pada remaja yang menjadi penggemar *boyband* BTS, sehingga disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Kata kunci: *celebrity worship*, perilaku pembelian kompulsif, penggemar *boyband* BTS.

NAOMI KHALISHAH KHANSA SETIAWAN

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CELEBRITY WORSHIP AND
COMPULSIVE PURCHASE OF BOYBAND BTS MERCHANDISE ON
ADOLESCENT FANS**

THESIS

Jakarta: Psychology Study Program
Faculty of Psychology Education, State University of Jakarta
2021

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between celebrity worship and compulsive buying in adolescents who are BTS fans. The research method used is a quantitative research method with correlation analysis techniques. The instruments used in this study are CAS (Celebrity Attitude Scale) which consists of 22 items to measure celebrity worship variables and CBB (Compulsive Buying Behaviour) which consist of 16 items to measure compulsive buying behaviour variables. The subjects of this study are 230 BTS fans. The results of statistical analysis of celebrity worship and compulsive buying show a significance value of $0,000 < 0,005$ with a pearson correlation value of 0,877. Based on this score, it can be interpreted that there is a strong relationship between compulsive buying and celebrity worship in teenagers who are fans of the BTS boyband., so it can be concluded that H_a is accepted and H_o is rejected.

Keyword: *celebrity worship, compulsive buying, fans of the BTS boyband.*

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT., yang telah memberikan rahmat serta limpahan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, izinkan penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang sudah terlibat, yaitu :

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gungum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Mira Ariyani, Ph.D. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dwi Kencana Wulan, M.Psi selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan dukungan, serta mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
5. Bapak Erik M.Si selaku dosen pembimbing II yang bersedia untuk meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan dukungan serta arahan untuk penulis.
6. Seluruh dosen di Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan.
7. Seluruh Staf dan Karyawan Administrasi Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu penulis dalam keperluan administrasi selama menempuh pendidikan.
8. Keluarga penulis yaitu Ayah, dan Adik, terima kasih atas segala dukungan baik secara moral maupun materiil yang diberikan kepada penulis selama

ini. Teruntuk Mama, walaupun tidak bisa merayakan secara bersama-sama, semoga rasa bahagia yang saya rasakan bisa sampai kepadamu. *Until I see you again, Mom.*

9. Teman-teman terdekat penulis, yaitu Saras, Dinar, Aulia, Rania, dan Sima yang sudah mau menemani perjalanan penulis sewaktu kuliah dari awal masuk hingga sekarang. Kalian yang terus memberikan semangat untuk terus maju dalam penyusunan skripsi, *I owe you guys a lot.*
10. Teman seperbimbingan, yaitu Aulia, Indah, Astri, dan Annisa yang memberikan dukungan serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
11. Jihan, Nana, Kak Miwa, Kak Alice, Kak Bila, dan Disa selaku teman *online*, dimana penulis bisa mencurahkan fikiran-fikiran baik positif maupun negatif terutama pada saat penyusunan skripsi.
12. Jimin, Jeni, Vernon, Jay, Eric, yang selalu memberikan inspirasi, semangat dan pelajaran hidup melalui karya-karya mereka. *Thank you for keeping me sane until now, hope to see you again on stage.*
13. Teman-teman Psikologi UNJ Angkatan 2017 yang telah membantu penulis selama berkuliah di sini.
14. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam pengisian kuesioner.
15. Terakhir, kepada penulis yang telah berjuang dan tidak menyerah di kala terpuruk hingga berhasil menyelesaikan semua kewajiban. *You deserves all the love in this world, so thank you for not giving up.*

Jakarta, 16 Agustus 2021

Naomi Khalishah Khansa Setiawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Perilaku Pembelian Kompulsif	8
2.1.1 Definisi Pembelian Kompulsif.....	8
2.1.2 Dimensi Pembelian Kompulsif	9
2.1.3 Faktor-Faktor Pembelian Kompulsif.....	10
2.2 <i>Celebrity Worship</i>	11
2.2.1 Definisi <i>Celebrity Worship</i>	11
2.2.2 Faktor-Faktor <i>Celebrity Worship</i>	13
2.2.3 Dimensi <i>Celebrity Worship</i>	15

2.2.4	Dampak <i>Celebrity Worship</i>	16
2.3	Remaja	18
2.3.1	Definisi Remaja.....	18
2.3.2	Ciri-Ciri Masa Remaja	19
2.3.3	Tugas Perkembangan Remaja	21
2.4	K-POP BTS.....	22
2.4.1	Definisi Penggemar	22
2.4.2	Sejarah BTS	22
2.5	Hubungan antara Perilaku Pembelian Kompulsif dengan <i>Celebrity Worship</i>	25
2.6	Kerangka Konseptual.....	27
2.7	Hipotesis	28
2.8	Hasil Penelitian yang Relevan	28
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Tipe Penelitian	32
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	32
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	32
3.2.2	Definisi Konseptual.....	33
3.2.3	Definisi Operasional.....	34
3.3	Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1	Instrumen Penelitian Pembelian Kompulsif.....	36
3.4.2	Instrumen Penelitian <i>Celebrity Worship</i>	38
3.5	Uji Coba Instrumen.....	40
3.5.1	Uji Validitas	41
3.5.2	Uji Reliabilitas	43
3.6	Analisis Data.....	44
3.6.1	Analisis Data dengan Statistika Deskriptif	45
3.6.2	Uji Normalitas.....	45
3.6.3	Uji Linearitas.....	45

3.6.4	Uji Korelasi	45
3.6.5	Hipotesis Statistik	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Gambaran Responden	47
4.1.1	Gambaran Subjek Berdasarkan Usia.....	47
4.1.2	Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.3	Gambaran Subjek Berdasarkan Wilayah Domisili	50
4.1.4	Gambaran Subjek Berdasarkan Pendidikan	51
4.1.5	Gambaran Subjek Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	52
4.1.6	Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis <i>Merchandise</i> yang Sering Dibeli.....	53
4.1.7	Gambaran Subjek Berdasarkan Lama Menjadi ARMY.....	55
4.2	Prosedur Penelitian	56
4.2.1	Persiapan Penelitian	56
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian	57
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian	58
4.3.1	Data Deskriptif Pembelian Kompulsif.....	58
4.3.2	Data Deskriptif <i>Celebrity Worship</i>	60
4.3.3	Uji Normalitas.....	62
4.3.4	Uji Linearitas.....	62
4.3.5	Uji Hipotesis.....	64
4.4	Pembahasan.....	64
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	68
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Implikasi	69
5.3	Saran	70
5.3.1	Saran Bagi Subjek Penelitian.....	70
5.3.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	70
DAFTAR PUSTAKA		71
DAFTAR LAMPIRAN		79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		119

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kisi-Kisi Instrumen Pembelian Kompulsif	37
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Instrumen Pembelian Kompulsif (Sambungan)	38
Tabel 3.3	Skor Respons Instrumen Perilaku Pembelian Kompulsif	38
Tabel 3.4	Kisi-Kisi Instrumen <i>Celebrity Worship</i>	39
Tabel 3.5	Skor Respons Instrumen <i>Celebrity Worship</i>	40
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Skala Pembelian Kompulsif	41
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Skala Pembelian Kompulsif (Sambungan).....	42
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Skala <i>Celebrity Worship</i>	42
Tabel 3.9	Hasil Uji Validitas Skala <i>Celebrity Worship</i> (Sambungan)	43
Tabel 3.10	Kriteria Reliabilitas	43
Tabel 3.11	Hasil Uji Reliabilitas Skala Pembelian Kompulsif	44
Tabel 3.12	Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Celebrity Worship</i>	44
Tabel 4.1	Gambaran Subjek Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2	Gambaran Subjek Berdasarkan Usia (Sambungan)	48
Tabel 4.3	Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.4	Gambaran Subjek Berdasarkan Domisili	50
Tabel 4.5	Gambaran Subjek Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4.6	Gambaran Subjek Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	52
Tabel 4.7	Gambaran Subjek Berdasarkan <i>Merchandise</i> yang Sering Dibeli	53
Tabel 4.8	Gambaran Subjek Berdasarkan <i>Merchandise</i> yang Sering Dibeli (Sambungan)	54
Tabel 4.9	Gambaran Subjek Berdasarkan Lama Menjadi ARMY	55
Tabel 4.10	Data Deskriptif Variabel Pembelian Kompulsif	58
Tabel 4.11	Kategorisasi Skor Pembelian Kompulsif	59
Tabel 4.12	Data Deskriptif Variabel <i>Celebrity Worship</i>	60
Tabel 4.13	Kategorisasi Skor <i>Celebrity Worship</i>	61
Tabel 4.14	Data Deskriptif Variabel Pembelian Kompulsif dan <i>Celebrity Worship</i>	63
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Pearson Correlation</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1	Grafik Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar 4.2	Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.3	Grafik Responden Berdasarkan Domisili.....	51
Gambar 4.4	Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Gambar 4.5	Grafik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Gambar 4.6	Grafik Responden Berdasarkan <i>Merchandise</i> yang Sering Dibeli	55
Gambar 4.7	Grafik Responden Berdasarkan Lama Menjadi ARMY	56
Gambar 4.8	Grafik Pembelian Kompulsif.....	59
Gambar 4.9	Grafik <i>Celebrity Worship</i>	61
Gambar 4.10	Grafik Pembelian Kompulsif dan <i>Celebrity Worship</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	79
Lampiran 2. Proses Adaptasi Instrumen Penelitian <i>Celebrity Worship</i>	87
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	102
Lampiran 4. Data Demografi Responden Penelitian.....	105
Lampiran 5. Hasil Analisis Data Deskriptif.....	110
Lampiran 6. Hasil Uji Kategorisasi.....	112
Lampiran 7. Hasil Uji Linearisasi	113
Lampiran 8. Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Correlation</i>	114
Lampiran 9. Surat Validasi <i>Expert Judgement</i>	115

