

PENGARUH CELEBRITY WORSHIP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PUTRI DALAM PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK KOREA

(2015)

Novalia Indah

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *celebrity worship* terhadap perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian produk kosmetik korea. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah remaja putri berusia 15-21 tahun yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta berjumlah 100 orang. Pengumpulan data menggunakan *Celebrity Attitude Scale* (CAS) dan skala perilaku konsumtif. Analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji regresi dengan SPSS 16.00. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *celebrity worship* terhadap perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian produk kosmetik korea. Pengaruh yang dihasilkan bersifat positif atau searah. Besar pengaruh yang dihasilkan *celebrity worship* terhadap perilaku konsumtif remaja putri adalah 0,112 (11,2%) dan sisanya 88,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Celebrity Worship*, Perilaku konsumtif, Remaja Putri

THE EFFECT OF CELEBRITY WORSHIP TO FEMALE ADOLESCENT'S CONSUMER BEHAVIOR IN PURCHASING KOREAN COSMETICS

(2015)

Novalia Indah

ABSTRACT

This aims of this study is to analyz the influence celebrity worship to female adolescent's consumer behavior in purchasing korean cosmetics. This research used quantitative method. The sampling technique used is purposive sampling. The sample of this research was females adolescent are aged 15-21 years old who live in Jakarta which totaled 100 people Collecting data used Celebrity Attitude Scale and slace of consumer behavior. Statistical analysis obtained using linear regression analysis with SPSS 16.00. The result showed that there were significant effect of celebrity worship to female adolescent's consumer behavior in purchasing Korean cosmetics. The resulting effect is positive or unidirectional. Celebrity worship have an effect to consumer behavior by 11,2 % and the remaining 88,8% influenced by other factors.

Keyword: celebrity worship, consumer behavior, female adolescent.