

**PENGARUH PARASOCIAL RELATIONSHIP TERHADAP
INTENSI MEMBELI PRODUK *CLICK NATURAL WHITENING*
TOOTHPASTE PADA PENGEMAR NCT 127**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Oleh:

Desi Safitri

1801619030

SKRIPSI

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

**PENGARUH PARASOCIAL RELATIONSHIP TERHADAP
INTENSI MEMBELI PRODUK *CLICK NATURAL WHITENING*
TOOTHPASTE PADA PENGGEMAR NCT 127**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Oleh:

Desi Safitri

1801619030

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi**

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

“Pengaruh *Parasocial Relationship* terhadap Intensi Membeli Produk *Click Natural Whitening Toothpaste* pada Penggemar NCT 127”

Nama Mahasiswa : Desi Safitri
 Nomor Registrasi : 1801619030
 Jurusan/Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 7 Februari 2023

Pembimbing I







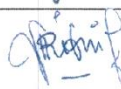
Erik, M.Si
 NIDN. 8844660018

Pembimbing II



Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi
 NIP. 198304182008122006

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Si (Penanggungjawab)*		27 Feb '23
Dr. Gungum Gumelar F. R., M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		28 Feb 23
Prof. Dr. Yufiarti, M.Si (Ketua Penguji)***		16 Februari 2023
Mira Ariyani, Ph.D (Anggota)****		16 Februari 2023
Fitri Lestari Issom, M.Si (Anggota)		16 Februari 2023

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

Nama : Desi Safitri

NIM : 1801619030

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh *Parasocial Relationship* terhadap Intensi Membeli Produk *Click Natural Whitening Toothpaste* pada Penggemar NCT 127” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan September 2022 sampai dengan bulan Februari 2023.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi atau karya 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, 1 Februari 2023
Yang Membuat Pernyataan,



Desi Safitri
NIM. 1801619030

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Desi Safitri
NIM : 1801619030
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi / Psikologi
Alamat email : desfir21@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 :

Pengaruh Parasocial Relationship terhadap Intensi Membeli Produk
Click Natural Whitening Toothpaste pada Penggemar NCT 127

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, 7 Maret 2023



(DESI SAFITRI)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Work at your own pace.”

(Kim Doyoung – NCT 127)

“Selalu melihat ke depan, jangan mudah menyerah”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Allah SWT beserta Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun saya hingga saat ini. Kepada keluarga, dosen pembimbing, dan teman-teman saya serta semua orang yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat yang membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

DESI SAFITRI
PENGARUH *PARASOCIAL RELATIONSHIP* TERHADAP INTENSI
MEMBELI PRODUK *CLICK NATURAL WHITENING TOOTHPASTE* PADA
PENGGEMAR NCT 127

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *parasocial relationship* terhadap intensi membeli produk *Click Natural Whitening Toothpaste* pada penggemar NCT 127. Penelitian ini berjumlah 220 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen Intensi Membeli dan instrumen *PSR Scale*. Hasil penelitian menunjukkan nilai Sig. 0,000 yang artinya terdapat pengaruh *parasocial relationship* terhadap intensi membeli produk *Click Natural Whitening Toothpaste* pada penggemar NCT 127 dengan *parasocial relationship* memberikan pengaruh terhadap intensi membeli sebesar 19.5%.

Kata Kunci: *Parasocial Relationship*, Intensi Membeli, *Toothpaste*, NCT 127

DESI SAFITRI

**THE EFFECT OF PARASOCIAL RELATIONSHIP ON PURCHASE INTENTION
OF CLICK NATURAL WHITENING TOOTHPASTE PRODUCTS IN NCT 127's
FANS**

Thesis

Jakarta: Psychology Study Program, Faculty of Psychological Education

State University of Jakarta

2023

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of parasocial relationship on the purchase intention of Click Natural Whitening Toothpaste products in NCT 127's fans. In this study, there were 220 respondents were selected using a purposive sampling technique. Measuring tools used in this study are the Purchase Intention instrument and the PSR Scale instrument. The results of this study show the value of Sig. 0,000, which means that there is a parasocial relationship effect on purchase intention Click Natural Whitening Toothpaste products in NCT 127's fans with a parasocial relationship that has an effect on purchase intention of 19.5%.

Keywords: Parasocial Relationship, Purchase Intention, Toothpaste, NCT 127

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat karunia, kemudahan serta Ridho-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Parasocial Relationship* terhadap Intensi Membeli Produk *Click Natural Whitening Toothpaste* pada Penggemar NCT 127”**. Peneliti menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, serta dukungan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Si selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gungum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Ratna Dyah Suratri, Ph.D., selaku Wakil Dekan II, 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 sekaligus sebagai Dosen Pembimbing 2 peneliti yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, dan semangat dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Erik, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 peneliti yang telah berkenan memberikan bimbingan dan masukan, saran serta motivasi dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah memberi ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf administrasi dan karyawan Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah membantu segala administrasi peneliti selama perkuliahan.
7. Kepada Ibu, Ayah, dan Kakak peneliti yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, memberikan dukungan, semangat, dan percaya bahwa peneliti mampu untuk melewati ini dengan kemampuan yang peneliti miliki.

8. Kepada Made Dayu Dilarse, Nadira Mozalipa, Maryam Givtia, Bulan Mazlunna, dan Zahra Safiya yang senantiasa membantu dan berbagi banyak canda tawa serta keluh kesah selama menjalani perkuliahan.
9. Kepada teman-teman angkatan 2019 yang bersama-sama telah berjuang selama masa perkuliahan.
10. Kepada Kak Rabiah Adawiah dan Kak Rizky Setya Saphira yang telah banyak membantu dan memberikan saran selama masa perkuliahan peneliti.
11. Kepada seluruh responden yang bersedia membantu penelitian ini yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner peneliti.

Selain mengucapkan terima kasih, peneliti juga tidak lupa memohon maaf untuk segala kekurangan dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang psikologi.

Jakarta, 1 Februari 2023

Peneliti,
Desi Safitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	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	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	9
2.2 Intensi Membeli.....	10
2.2.1 Pengertian Intensi Membeli	10
2.2.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Intensi Membeli.....	10
2.2.3 Aspek-aspek Intensi Membeli.....	12
2.3 <i>Parasocial Relationship</i>	13
2.3.1 Pengertian <i>Parasocial Relationship</i>	13
2.3.2 Faktor yang Memengaruhi <i>Parasocial Relationship</i>	15

2.3.3	Dimensi dan Elemen <i>Parasocial Relationship</i>	16
2.4	Penggemar NCT 127	17
2.5	Pengaruh <i>Parasocial Relationship</i> terhadap Intensi Membeli	17
2.6	Kerangka Konseptual	19
2.7	Hasil Hipotesis	20
2.8	Hasil Penelitian yang Relevan	20
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Tipe Penelitian	23
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	23
3.2.1	Definisi Konseptual Variabel Penelitian	23
3.2.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3.3	Populasi dan Sampel	25
3.3.1	Populasi	25
3.3.2	Sampel	25
3.4	Teknik Pengumpulan Data	26
3.5	Instrumen Penelitian	27
3.5.1	Instrumen Intensi Membeli	27
3.5.2	Instrumen <i>Parasocial Relationship</i>	29
3.6	Uji Coba Instrumen	31
3.6.1	Uji Validitas	31
3.6.2	Uji Reliabilitas	33
3.7	Analisis Data	35
3.7.1	Uji Statistik	35
3.7.2	Statistik Deskriptif	35
3.7.3	Uji Normalitas	35
3.7.4	Uji Linearitas	36
3.7.5	Uji Korelasi	36
3.7.6	Uji Analisis Regresi	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Responden	37
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	38
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Domisili	39
4.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	41

4.1.5	Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatannya dalam Sebulan	42
4.2	Prosedur Penelitian.....	43
4.2.1	Persiapan Penelitian	43
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian.....	44
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian.....	45
4.3.1	Analisis Deskriptif	45
4.3.2	Uji Normalitas.....	49
4.3.3	Uji Linieritas	49
4.3.4	Uji Korelasi	50
4.3.5	Uji Hipotesis	51
4.3.6	Tabulasi Silang.....	53
4.4	Pembahasan.....	58
4.5	Keterbatasan Penelitian	60
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Implikasi.....	61
5.3	Saran.....	61
5.3.1	Responden Penelitian.....	61
5.3.2	Penelitian Selanjutnya.....	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN.....		69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala respon instrumen intensi membeli	28
Tabel 3.2 Kisi-kisi (<i>blueprint</i>) instrumen intensi membeli	29
Tabel 3.3 Skala respon instrumen <i>PSR Scale</i>	30
Tabel 3.4 Kisi-kisi (<i>blueprint</i>) instrumen <i>PSR Scale</i>	31
Tabel 3.5 Hasil uji validitas instrumen intensi membeli	32
Tabel 3.6 Hasil uji validitas instrumen <i>PSR Scale</i>	33
Tabel 3.7 Kategori reliabilitas Guilford.....	34
Tabel 3.8 Hasil uji reliabilitas instrumen intensi membeli	34
Tabel 3.9 Hasil uji reliabilitas instrumen <i>PSR Scale</i>	35
Tabel 4.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Tabel 4.2 Gambaran responden berdasarkan usia.....	38
Tabel 4.3 Gambaran responden berdasarkan domisili	39
Tabel 4.4 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan	41
Tabel 4.5 Gambaran responden berdasarkan pendapatan dalam sebulan... ..	42
Tabel 4.6 Data deskriptif intensi membeli	45
Tabel 4.7 Kategorisasi skor intensi membeli.....	47
Tabel 4.8 Data deskriptif <i>parasocial relationship</i>	47
Tabel 4.9 Kategorisasi skor <i>parasocial relationship</i>	49
Tabel 4.10 Hasil uji linearitas <i>parasocial relationship</i> dan intensi membeli. 50	
Tabel 4.11 Hasil uji korelasi <i>parasocial relationship</i> dan intensi membeli	50
Tabel 4.12 Hasil uji ANOVA <i>parasocial relationship</i> terhadap intensi membeli	51
Tabel 4.13 Hasil <i>model summary parasocial relationship</i> terhadap intensi membeli.....	52
Tabel 4.14 Hasil uji regresi <i>parasocial relationship</i> terhadap intensi membeli	53
Tabel 4.15 Tabulasi silang kategori skor intensi membeli dengan jenis kelamin	54
Tabel 4.16 Tabulasi silang kategori skor intensi membeli dengan usia.....	54
Tabel 4.17 Tabulasi silang kategori skor intensi membeli dengan pendapatan	55
Tabel 4.18 Tabulasi silang kategori skor <i>parasocial relationship</i> dengan jenis kelamin.....	56
Tabel 4.19 Tabulasi silang kategori skor <i>parasocial relationship</i> dengan usia	56
Tabel 4.20 Tabulasi silang kategori skor <i>parasocial relationship</i> dengan pendapatan	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin	38
Gambar 4.2 Distribusi responden berdasarkan usia	39
Gambar 4.3 Distribusi responden berdasarkan domisili	40
Gambar 4.4 Distribusi responden berdasarkan pekerjaan	41
Gambar 4.5 Distribusi responden berdasarkan pendapatan dalam sebulan	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Asli	69
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Intensi membeli	75
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen <i>PSR Scale</i>	76
Lampiran 4 Data Mentah.....	77
Lampiran 5 Hasil Output Data Demografi	88
Lampiran 6 Hasil Output Data Deskriptif	90
Lampiran 7 Hasil Output Kategorisasi Skor	92
Lampiran 8 Hasil Output Uji Linearitas.....	92
Lampiran 9 Hasil Output Uji Korelasi	93
Lampiran 10 Hasil Output Uji Regresi <i>Parasocial Relationship</i> dan Intensi Membeli	93
Lampiran 11 Tabulasi Silang Intensi Membeli.....	94
Lampiran 12 Tabulasi Silang <i>Parasocial Relationship</i>	95

