

**PENGARUH KONFORMITAS PEMBELIAN DAN *SELF-ESTEEM*
TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA PENGEMAR K-POP**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2023**

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

“Pengaruh Konformitas Pembelian dan *Self-Esteem* terhadap *Compulsive Buying* pada Penggemar K-Pop”

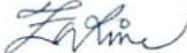
Nama Mahasiswa : Meyta Ayu Aryani
Nomor Registrasi : 1801618129
Jurusa/Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 8 Februari 2023

Pembimbing I


Erik, M.Si

NIP. 0001059113

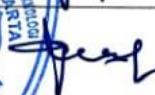
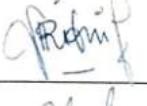
Pembimbing II



Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi

NIP. 198304182008122006

Panitia Ujian Sidang Skripsi

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

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 : Meyta Ayu Aryani

NIM : 1801618129

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh Konformitas Pembelian dan *Self-Esteem* terhadap *Compulsive Buying* pada Penggemar K-Pop” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Desember 2022 sampai dengan bulan Januari 2023.
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, 2 Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan

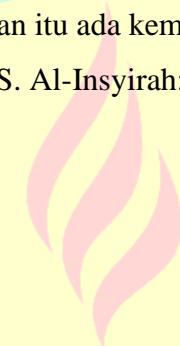


(Meyta Ayu Aryani)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”
(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)



“Semuanya kelihatan tidak mungkin sampai segala sesuatu selesai.”
(Nelson Mandela)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk Ayah dan Ibu yang senantiasa selalu mendukung dan mendoakan segala sesuatu yang saya lalui serta segala pengalaman yang telah diberikan selama saya hidup. Untuk Mas dan Kiki yang selalu membantu saya. Untuk semua teman-teman yang selalu menemani saya untuk melewati setiap harinya dengan lebih baik.



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 : Meyta Ayu Aryani
NIM : 1801618129
Fakultas/Prodi : Pendidikan Psikologi/Psikologi
Alamat email : aryanimeyta@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 Konformitas Pembelian dan *Self-Esteem* terhadap *Compulsive Buying*
pada Penggemar K-Pop”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 8 Maret 2023



(Meyta Ayu Aryani)

MEYTA AYU ARYANI

**PENGARUH KONFORMITAS PEMBELIAN DAN *SELF-ESTEEM* TERHADAP
COMPULSIVE BUYING PADA PENGEMAR K-POP**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi
Fakultas Pendidikan Psikologi
Universitas Negeri Jakarta
2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas pembelian dan *self-esteem* terhadap *compulsive buying* pada penggemar K-Pop yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga dalam penelitian ini mendapatkan jumlah sampel sebanyak 154 responden. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *Edwards Compulsive Buying Scale* untuk mengukur *compulsive buying*, *Conformity Consumption Scale* untuk mengukur konformitas pembelian, dan *Rosenberg Self-Esteem Scale* untuk mengukur *self-esteem*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji regresi berganda. Hasilnya ditemukan bahwa terdapat pengaruh antar konformitas pembelian dan *self-esteem* terhadap *compulsive buying* pada penggemar K-Pop sebesar 36,6%.

Kata Kunci: Konformitas Pembelian, *Self-Esteem*, *Compulsive Buying*, Penggemar K-Pop.

MEYTA AYU ARYANI

**THE EFFECT OF CONFORMITY CONSUMPTION AND SELF-ESTEM ON
COMPULSIVE BUYING IN K-POP FANS**

Thesis

*Jakarta: Psychology Study Program
Faculty of Educational Psychology
Jakarta State of University
2023*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of conformity consumption and self-esteem on compulsive buying in K-Pop fans using quantitative research methods. Sampling was carried out using a purposive sampling technique so that in this study a total sample of 154 respondents was obtained. The measuring instruments used in this study consisted of the Edwards Compulsive Buying Scale to measure compulsive buying, the Conformity Consumption Scale to measure purchasing conformity, and the Rosenberg Self-Esteem Scale to measure self-esteem. Testing the research hypothesis was carried out using multiple regression tests. The results found that there was an influence of purchase conformity and self-esteem on compulsive buying in K-Pop fans of 36.6%.

Keywords: *conformity consumption, self-esteem, compulsive buying, K-Pop fans.*

KATA PENGANTAR

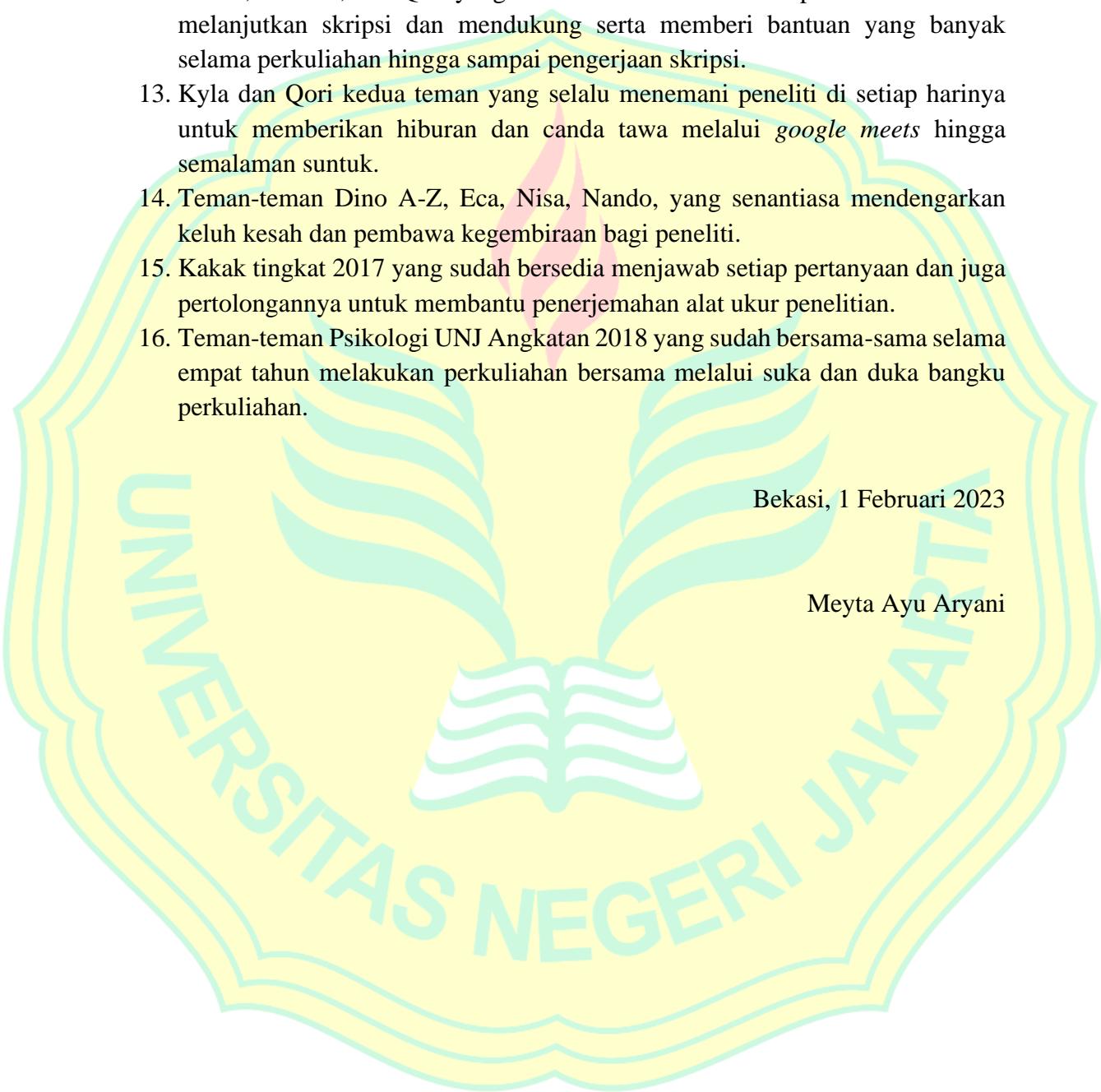
Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, serta karunia-Nya yang senantiasa memberikan kesehatan dan kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konformitas Pembelian dan *Self-Esteem* terhadap *Compulsive Buying* pada Penggemar K-Pop” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Psikologi di Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak terkait yang telah membantu dan mendukung keberlangsungan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, yang diantaranya adalah:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Si selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta
2. Bapak Dr. Gumgum Gumelar F.R, M.Si selaku Wakil Dekan I, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II dan Ibu Mira Aryani Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Universitas Negeri Jakarta
3. Ibu Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Koordinator Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta dan juga dosen pembimbing II di semester 117 yang telah meluangkan waktunya dan memberikan masukan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak Erik, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga dan juga memberikan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
5. Ibu Fellianti Muzdalifah, M.Psi selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta masukan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Lupi Yudhaningrum, M.Psi selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan masukan dan membimbing peneliti selama masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama perkuliahan di UNJ.
8. Seluruh staf Tata Usaha, administrasi, dan karyawan di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan bantuan dalam pengurusan administrasi selama perkuliahan.
9. Penggemar K-Pop dari berbagai *fandom* yang sudah membantu peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Ayah dan Ibu selaku kedua orang tua peneliti yang telah membesarkan peneliti dan memberikan segala dukungan, nasihat, dan doa di setiap perjalanan hidup untuk masa depan peneliti.

11. Mas Adi, Kiki, serta Kak Mia, yang selalu memberikan bantuan untuk peneliti di saat peneliti membutuhkannya.
12. Teman-teman Paguyuban Vrindavan, Alia, Anne, Galuh, Fani, Kyla, Sella, Machi, Shaumi, dan Qori yang senantiasa membuka mata peneliti untuk terus melanjutkan skripsi dan mendukung serta memberi bantuan yang banyak selama perkuliahan hingga sampai pengerjaan skripsi.
13. Kyla dan Qori kedua teman yang selalu menemani peneliti di setiap harinya untuk memberikan hiburan dan canda tawa melalui *google meets* hingga semalam suntuk.
14. Teman-teman Dino A-Z, Eca, Nisa, Nando, yang senantiasa mendengarkan keluh kesah dan pembawa kegembiraan bagi peneliti.
15. Kakak tingkat 2017 yang sudah bersedia menjawab setiap pertanyaan dan juga pertolongannya untuk membantu penerjemahan alat ukur penelitian.
16. Teman-teman Psikologi UNJ Angkatan 2018 yang sudah bersama-sama selama empat tahun melakukan perkuliahan bersama melalui suka dan duka bangku perkuliahan.

Bekasi, 1 Februari 2023

Meyta Ayu Aryani



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS v
ABSTRAK vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	.. x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I 1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Compulsive Buying</i>	11
2.1.1 Definisi <i>Compulsive Buying</i>	11
2.1.2 Aspek-aspek <i>Compulsive buying</i>	12
2.1.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi	13
2.2 Konformitas	16

2.2.1	Definisi Konformitas.....	16
2.2.2	Konformitas Pembelian.....	17
2.2.3	Faktor-faktor yang Memengaruhi Konformitas	18
2.2.4	Aspek-aspek Konformitas Pembelian	18
2.3	Definisi <i>Self-esteem</i>	19
2.3.1	Aspek-aspek <i>Self-esteem</i>	19
2.3.2	Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Self-esteem</i>	20
2.4	Hubungan antara Konformitas Pembelian dan <i>Self-esteem</i> terhadap <i>Compulsive buying</i> pada penggemar K-Pop	21
2.5	Kerangka Konseptual	22
2.6	Hipotesis	24
2.7	Hasil Penelitian yang Relevan.....	24
BAB III.....	27	
METODE PENELITIAN	27	
3.1	Tipe Penelitian.....	27
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	27
3.2.1	Identifikasi Variabel Penelitian.....	27
3.2.2	Definisi Konseptual.....	28
3.2.3	Definisi Operasional.....	28
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel	29
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data	31
3.5	Instrumen Penelitian	31
3.5.1	Instrumen Penelitian <i>Compulsive buying</i>	31
3.5.2	Instrumen Penelitian Konformitas Pembelian	33
3.5.3	Instrumen Penelitian <i>Self-esteem</i>	34
3.6	Uji Coba Instrumen Penelitian	35
3.6.1	Uji Coba Instrumen <i>Compulsive Buying</i>	36
3.6.2	Uji Coba Instrumen Konformitas Pembelian.....	39

3.6.3	Uji Coba Instrumen <i>Self-Esteem</i>	40
3.7	Analisis Data	42
3.7.1	Uji Statistik	42
3.7.2	Uji Normalitas.....	42
3.7.3	Uji Linearitas.....	42
3.7.4	Uji Multikolinearitas	42
3.7.5	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.7.6	Uji Korelasi	43
3.7.7	Uji Regresi Berganda	43
3.7.8	Uji Hipotesis	44
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Responden Penelitian.....	45
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Domisili	46
4.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.1.5	Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan	48
4.2	Prosedur Penelitian	49
4.2.1	Persiapan Penelitian	49
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian	50
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian	50
4.3.1	Analisis Deskriptif	50
4.3.2	Uji Normalitas	63
4.3.3	Uji Linearitas	63
4.3.4	Uji Multikolinearitas	64
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas	65
4.3.6	Uji Korelasi	66
4.3.7	Uji Hipotesis	66
4.4	Pembahasan	72

4.5	Keterbatasan Penelitian	75
BAB V.....		77
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Implikasi	77
5.3	Saran	78
5.3.1	Bagi Subjek Penelitian	78
5.3.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	78
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		85



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan	24
Tabel 3. 1 Skor Skala Respon ECBS	32
Tabel 3. 2 Blue Print Instrumen ECBS	32
Tabel 3. 3 Skor Skala Respon <i>Conformity Consumption</i>	34
Tabel 3. 4 Blue Print Instrumen <i>Conformity Consumption</i>	34
Tabel 3. 5 Skor Skala Respon RSES.....	35
Tabel 3. 6 Blue Print Instrumen RSES	35
Tabel 3. 7 Kategori Koefisien Reliabilitas Guilford	36
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen ECBS	37
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen ECBS.....	37
Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Instrumen Data Final.....	38
Tabel 3. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Conformity Consumption Scale</i>	40
Tabel 3. 12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Conformity Consumption Scale</i>	40
Tabel 3. 13 Hasil Uji Validitas Instrumen RSES	41
Tabel 3. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen RSES	41
Tabel 4. 1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Gambaran Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4. 4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 5 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel <i>Compulsive Buying</i>	51
Tabel 4. 7 Hasil Skor Kategorisasi Variabel <i>Compulsive buying</i>	52
Tabel 4. 8 Kategorisasi <i>Compulsive Buying</i> berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 9 Kategorisasi <i>Compulsive Buying</i> berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 10 Kategorisasi <i>Compulsive Buying</i> berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Konformitas Pembelian.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Kategorisasi Skor Variabel Konformitas Pembelian.....	57
Tabel 4. 13 Kategorisasi Konformitas Pembelian Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 14 Kategorisasi Konformitas Pembelian Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 15 Kategorisasi Konformitas Pembelian Berdasarkan Pendapatan	59
Tabel 4. 16 Deskriptif Variabel <i>Self-esteem</i>	60
Tabel 4. 17 Kategorisasi Skor Variabel <i>Self-esteem</i>	61
Tabel 4. 18 Kategorisasi <i>Self-Esteem</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 19 Kategorisasi <i>Self-Esteem</i> Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 20 Kategorisasi <i>Self-Esteem</i> Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4. 21 Hasil Uji Linearitas	64
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 23 Hasil Uji Korelasi.....	66
Tabel 4. 24 Hasil Uji Signifikansi ANOVA	67
Tabel 4. 25 R Square Uji Hipotesis Variabel.....	67
Tabel 4. 26 Hasil Uji Regresi Berganda	68
Tabel 4. 27 Hasil Uji Regresi Aspek-aspek <i>Compulsive Buying</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4. 1 Grafik Scatterplot Heteroskedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Final.....	85
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	88
Lampiran 3 Data Demografi	95
Lampiran 4 Analisis Deskriptif.....	97
Lampiran 5 Tabulasi Silang Data Demografi dengan Variabel Penelitian	98
Lampiran 6 Uji Linearitas	106
Lampiran 7 Uji Korelasi.....	107
Lampiran 8 Uji Regresi Berganda.....	107
Lampiran 9 Analisis Butir Instrumen <i>Compulsive Buying</i>	111
Lampiran 10 Surat Pernyataan Validasi Instrumen	115
Lampiran 11 Riwayat Hidup Penulis	117

