



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HUBUNGAN *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PEMBELIAN KOMPULSIF PADA FANS K-POP

Risqi Hayati

Fakultas Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Pembelian kompulsif adalah salah satu karakteristik konsumen yang merupakan sisi negatif dari sebuah perilaku konsumsi, dimana individu dengan perilaku pembelian kompulsif akan menunjukkan perilaku membeli yang kronis, berulang-ulang, dan ketagihan. Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif adalah *celebrity worship*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada *fans K-pop*. Subjek penelitian ini berjumlah 76 subjek yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan positif antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada *fans K-Pop*. Data dikumpulkan dengan menggunakan dua skala yaitu skala *celebrity worship* dan skala pembelian kompulsif dengan koefisien realibilitas masing-masing skalanya yaitu, skala *celebrity worship* 0,992 dan skala pembelian kompulsif 0,923. Berdasarkan hasil analisis korelasional *pearson product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi (r) 0,511 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$), menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif. Dengan demikian hipotesis yang diajukan terdapat hubungan yang positif antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada fans K-pop diterima. *Celebrity worship* memberikan sumbangan efektif terhadap pembelian kompulsif sebesar 26%.

Kata Kunci: *Celebrity Worship*, Pembelian Kompulsif

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

CORELATION BETWEEN CELEBRITY WORSHIP WITH COMPULSIVE BUYING IN K-POP FANS

Risqi Hayati

Faculty of Psychology UIN Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRACT

Compulsive buying is a type of consumer's characteristics which is the negative side of consumption behavior, where individuals with compulsive buying behavior will exhibit chronic, repetitive, and addictive buying behavior. One of the cause that influence compulsive buying is celebrity worship. This study aims to determine correlation between celebrity worship with compulsive buying on K-Pop fans. This study has a total of 76 subjects determined by purposive sampling. This study hypothesizes that there is a positive correlation between celebrity worship and compulsive buying on K-Pop fans. Data were collected by using two scales, celebrity worship scale and compulsive purchases scale with the reliability coefficient of each scale was, the scale of celebrity worship: 0.992 and the scale of compulsive buying: 0.923. Based on the Pearson product moment correlation analysis the correlation coefficient (r) 0.511 with a significance level of 0.000 ($p < 0.01$) shows that there is a positive correlation between celebrity worship and compulsive buying. Thus the hypothesis proposed that there is a positive relationship between celebrity worship and the compulsive buying of K-pop fans is accepted. Celebrity worship contributes effectively to compulsive buying by 26%.

Keywords: Celebrity Worship, Compulsive Buying