

**HUBUNGAN ANTARA IDENTITAS SOSIAL DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF PADA PENGEMAR *K-POP***



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Psikologi (S1) Program Studi Psikologi

Oleh:

**Mifta Marsya Pertiwi**

**46115320029**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
BEKASI  
2021**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL IDENTITY AND  
CONSUMPTIVE BEHAVIOR in K-POP FANS***

**MIFTA MARSYA PERTIWI**

**ABSTRACT**

*This study aims to find out the relationship between social identity and consumptive behavior in K-pop fans. The hypothesis of this study was that social identity had a positive relationship with consumptive behavior in K-pop Fans. The study subjects numbered 406 K-pop fans aged 20-30 years. This study used Social Identity Scale measuring instruments adapted and developed by Suwartono & Moningka (2017) and Consumer Behavior scale adapted and developed by Aini (2016). Data analysis techniques used Rank Spearman correlation test for hypothesis test. The results of the study were known that there had a relationship between social identity and consumptive behavior in K-pop Fans so that the higher the social identity in Kpop fans, then higher consumptive behavior in Kpop Fans.*

**Keywords :** *Social Identity, Consumptive Behavior, Kpop Fans*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**HUBUNGAN ANTARA IDENTITAS SOSIAL DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF PADA PENGGEMAR *K-POP***

**MIFTA MARSYA PERTIWI**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara identitas sosial dengan perilaku konsumtif pada penggemar K-pop. Hipotesis penelitian ini adalah identitas sosial memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada penggemar K-pop. Subjek penelitian berjumlah 406 orang penggemar K-pop yang berusia 20-30 tahun. Penelitian ini menggunakan alat ukur skala identitas sosial yang diadaptasi dan dikembangkan oleh Suwartono & Moningga (2017) dan skala perilaku konsumtif yang diadaptasi dan dikembangkan oleh Aini (2016). Teknik analisis data menggunakan uji korelasi *Rank Spearman* untuk uji hipotesis. Hasil penelitian diketahui terdapat hubungan antara antara identitas sosial dengan perilaku konsumtif pada penggemar K-pop sehingga semakin tinggi identitas sosial pada penggemar Kpop, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada penggemar Kpop.

**Kata kunci** : Identitas sosial, perilaku konsumtif, penggemar Kpop

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tugas akhir ini :

Judul : Hubungan Antara Identitas Sosial dengan Perilaku Konsumtif  
Pada Penggemar *K-POP*

Nama : Mifta Marsya Pertiwi

NIM : 46115320029

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 21 Januari 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan **karya sendiri** dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya di gunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Rekasi 21 Januari 2021  
  
Mifta Marsya Pertiwi

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Hubungan Antara Identitas Sosial dengan Perilaku Konsumtif  
Pada Penggemar *K-POP*

Nama : Mifta Marsya Pertiwi

NIM : 46115320029

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 13 Februari 2021

Pembimbing

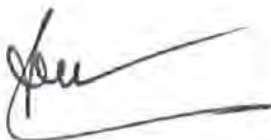


Nursakinah Oktaviana Sasmita, S.Psi, M.Si

MERCU BUANA

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi



Muhammad Iqbal, Ph.D

Ketua Program Studi



Dr. Setiawati Antan Savitri, SP.,M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmatnya dan karunianya saya dapat menyelesaikan karya skripsi dengan judul “HUBUNGAN ANTARA IDENTITAS SOSIAL DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PENGGEMAR *K-POP*”. Karya skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada program studi Psikologi di Universitas Mercu Buana.

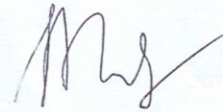
Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari bahwa begitu banyak orang yang terlibat dan dilibatkan dalam penulisan skripsi ini. Selain itu begitu banyak bimbingan, bantuan, kerja sama, dan dukungan baik berupa dukungan moril ataupun materi yang diberikan oleh beberapa pihak. Hal ini memiliki arti yang sangat besar bagi penulis dalam kelancaran penulisan skripsi ini, oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Muhammad Iqbal, Ph. D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi, Psi selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Nursakinah Oktaviana Sasmita, S.Psi, M.Si selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu memberi dukungan dan motivasi.
5. Ibu Dian Din Astuti Mulia, S.Psi, MA yang telah memberikan masukan dan dukungan.

6. Nadia Umara (jurnalis dan penggemar Kpop) dan Fina Rosyidhatul Afiana (karyawan swasta dan penggemar Kpop) adalah teman saya yang selalu memberikan saya dukungan.
7. Boyband dari Korea Selatan yaitu iKON yang telah memotivasi saya lewat karyanya yang selalu menemani saya ketika sedang mengerjakan skripsi.
8. Teman-teman dari roleplayer dan komunitas dance cover yang telah membantu saya dalam menyebarkan kuesioner.

Akhir kata saya ucapkan banyak terimakasih dan saya juga berharap skripsi ini dapat memberi manfaat dan inspirasi bagi para pembaca.

Jakarta, 13 Januari 2021



Mifta Marsya Pertiwi



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
BAB II.....	9
KAJIAN TEORI .....	9
2.1 Perilaku Konsumtif.....	9
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif .....	9
2.1.2 Aspek Perilaku Konsumtif.....	9
2.1.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif.....	12
2.2 Identitas Sosial .....	14
2.2.1 Definisi Identitas Sosial .....	14
2.2.2 Aspek Identitas Sosial.....	15



2.2.3	Faktor-Faktor Pembentukan Identitas Sosial .....	15
2.3	Definisi Dewasa Awal .....	16
BAB III .....		20
METODOLOGI PENELITIAN.....		20
3.1	Metode dan Desain Penelitian .....	20
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	20
3.2.1	Variabel Penelitian .....	20
3.2.2	Definisi Operasional.....	20
3.3	Populasi .....	22
3.4	Sampel .....	22
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5.1	Skala Identitas Sosial .....	23
3.5.1.1	<i>Blue Print</i> Alat Ukur Identitas Sosial .....	24
3.5.2	Skala Perilaku Konsumtif .....	24
3.5.2.1	<i>Blue Print</i> Alat Ukur Perilaku Konsumtif .....	25
3.6	Kualitas Alat Ukur.....	26
3.6.1	Uji Validitas .....	26
3.6.2	Seleksi Item.....	27
3.6.3	Reliabilitas .....	29
3.7	Analisis Data .....	30
3.7.1	Uji Normalitas.....	30
3.7.2	Uji Hipotesis .....	31
BAB IV .....		32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		32
4.1	Pelaksanaan Penelitian .....	32
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian.....	32

4.2.1	Jenis Kelamin Responden .....	33
4.2.2	Usia Responden.....	34
4.2.3	Pekerjaan Responden .....	35
4.2.4	Kategorisasi Responden Hipotetik.....	37
4.3	Deskripsi Data penelitian.....	39
4.4	Hasil Penelitian.....	40
4.4.1	Uji Normalitas .....	40
4.4.2	Uji Hipotesa .....	41
4.5	Pembahasan .....	47
BAB V.....		52
PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.1.1	Hipotesis Mayor .....	52
5.1.2	Hipotesis Minor.....	52
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	52
5.3	Saran.....	53
5.3.1	Bagi Penggemar <i>Kpop</i> .....	53
5.3.2	Bagi Peneliti Selanjutnya .....	54
DAFTAR PUSTAKA .....		55
LAMPIRAN.....		61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	30
-------------------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 BLUE PRINT SKALA IDENTITAS SOSIAL SEBELUM TRY OUT	24
Tabel 3.2 BLUE PRINT SKALA PERILAKU KONSUMTIF SEBELUM TRY OUT .....	25
Tabel 3.3 BLUE PRINT SKALA PERILAKU KONSUMTIF SESUDAH TRY OUT .....	28
Tabel 3.4 BLUE PRINT SKALA IDENTITAS SOSIAL SESUDAH TRY OUT	29
Tabel 3.5 DISTRIBUSI RELIABILITAS ITEM.....	30
Tabel 4.1 DISTRIBUSI FREKUENSI BERDASARKAN JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	33
Tabel 4.2 DISTRIBUSI FREKUENSI BERDASARKAN USIA RESPONDEN.	34
Tabel 4.3 DISTRIBUSI FREKUENSI BERDASARKAN PEKERJAAN RESPONDEN .....	36
Tabel 4.4 KATEGORISASI IDENTITAS SOSIAL.....	37
Tabel 4.5 KATEGORISASI PERILAKU KONSUMTIF .....	38
Tabel 4.6 DATA DESKRIPTIF SKALA IDENTITAS SOSIAL DAN PERILAKU KONSUMTIF.....	39
Tabel 4.7 UJI NORMALITAS.....	41
Tabel 4.8 UJI HIPOTESIS MAYOR.....	42
Tabel 4.9 UJI HIPOTESIS MINOR SKALA IDENTITAS SOSIAL .....	43
Tabel 4.10 UJI HIPOTESIS MINOR SKALA PERILAKU KONSUMTIF .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN 1</b> Lembar Persetujuan (Informed Consent).....	62
<b>LAMPIRAN 2</b> Angket Kuesioner.....	63
<b>LAMPIRAN 3</b> Reliabilitas Dan Validitas Skala.....	76
<b>LAMPIRAN 4</b> Hasil Data Deskriptif .....	84
<b>LAMPIRAN 5</b> Analisis Data .....	86
<b>LAMPIRAN 6</b> Penilaian Uji Validasi Berdasarkan Konten Alat Ukur Melalui Expert Judgement.....	93
<b>LAMPIRAN 7</b> Pre-Eliminary .....	101



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA