



**PENGARUH CELEBRITY WORSHIP TERHADAP PERILAKU  
COMPULSIVE BUYING PADA KPOPERS DEWASA AWAL**

**LAPORAN SKRIPSI**

**DESTA VIDYA DIAN WINIARDANI**

**46118210084**

**UNIVERSITAS**

**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JATISAMPURNA**

**2022**



## **PENGARUH CELEBRITY WORSHIP TERHADAP PERILAKU COMPULSIVE BUYING PADA KPOPERS DEWASA AWAL**

### **LAPORAN SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Psikologi Universitas Mercu Buana**

**DESTA VIDYA DIAN WINIARDANI**

**46118210084**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JATISAMPURNA  
2022**

## **HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desta Vidya Dian Winiardani

NIM : 46118210084

Program Studi : S1 Psikologi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Kpopers Dewasa Awal

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 Desember 2022



Desta Vidya Dian Winiardani

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## HALAMAN PENGESAHAN

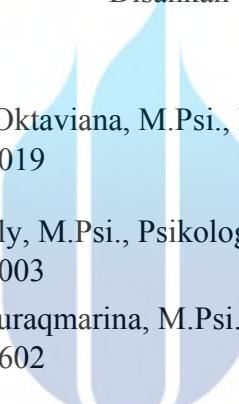
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Desta Vidya Dian Winiardani  
NIM : 46118210084  
Program Studi : S1 Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Kpopers Dewasa Awal

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Mistety Oktaviana, M.Psi., Psikolog  
NIDN : 8860701019



*J. P. Oktavia*  
*Dearly*  
*& ant*

Ketua Pengaji : Dr. Dearly, M.Psi., Psikolog  
NIDN : 0302038003

Pengaji : Fatma Nuraqmarina, M.Psi., Psikolog  
NIDN : 0330018602

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
Jakarta, 20 Desember 2022  
Mengetahui,  
Dekan Ketua Program Studi



(Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si      (Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Kpopers Dewasa Awal” dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program studi S1 di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa selesainya penelitian ini melibatkan berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing melalui ide, tenaga, waktu, dan dukungan moral maupun emosional. Ucapan terima kasih ditujukan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan, diantaranya:

1. Bapak Septiadi Dian Asmarani dan Ibu Tatik Winarti selaku orang tua yang selalu mendukung dan memberikan doa maupun semangat untuk penulis.
2. Ibu Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Yenny, M.Psi., Psikolog, selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Prahestia Kurnia, M.Psi., Psikolog dan Bapak Dhani Irmawan, S.Psi., M.Sc., selaku Sekretaris Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Mistety Oktaviana, M.Psi., selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bantuan untuk penulis.
7. Ibu Dian Din Astuti Mulia, S.Psi, MA., selaku Dosen Reviewer yang juga memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
8. Ibu Riezka Awaliah, S.Psi, M.Psi., selaku Dosen Pembimbing Akademik selama menempuh perkuliahan.

9. Seluruh dosen pengajar Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jatisampurna yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama menempuh perkuliahan.
10. Sahabat-sahabat ku (DEFaNa) yang selalu menemani serta memberikan semangat, waktu dan dukungan kalian.
11. Teman-teman KPopers yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa dituliskan satu persatu, terima kasih atas bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan untuk penulis.
13. Terima kasih untuk diri sendiri atas waktu, tenaga dan pikiran sehingga mampu menyelesaikan skripsi secara maksimal dan sebaik-baiknya.

Semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan akan mendapatkan balasan oleh Allah SWT. Terlepas dari itu semua penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis menerima saran dan masukan yang bersifat membangun demi melengkapi kekurangan yang ada. Akhir kata penulis ucapan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 20 Desember 2022



Desta Vidya Dian Winiardani

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desta Vidya Dian Winiardani

NIM : 46118210084

Program Studi : S1 Psikologi

Judul Laporan Skripsi: Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Kpopers Dewasa Awal

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hal Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 20 Desember 2022

Yang menyatakan,



Desta Vidya Dian Winiardani

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	10
2.1 Perilaku <i>Compulsive Buying</i> .....	10
2.1.1 Definisi Perilaku <i>Compulsive Buying</i> .....	10
2.1.2 Dimensi Perilaku <i>Compulsive Buying</i> .....	10
2.1.3 Pengukuran Perilaku <i>Compulsive Buying</i> .....	11
2.2 <i>Celebrity Worship</i> .....	12
2.2.1 Definisi <i>Celebrity Worship</i> .....	12
2.2.2 Dimensi <i>Celebrity Worship</i> .....	12
2.2.3 Dampak <i>Celebrity Worship</i> .....	13
2.2.4 Pengukuran <i>Celebrity Worship</i> .....	14
2.3 Penelitian Terdahulu .....	15
2.4 Dewasa Awal .....	17
2.5 Kpop & Kpopers .....	17
2.6 Dinamika Antara Variabel .....	18

2.7 Kerangka Berpikir Penelitian .....	19
2.8 Hipotesis Penelitian.....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	22
3.3.1 Definisi Operasional Variabel Dependen.....	22
3.3.2 Definisi Operasional Variabel Independen .....	23
3.4 Proses Pengumpulan Data.....	23
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.2 Blue Print Alat Ukur .....	24
3.5 Uji Alat Ukur.....	31
3.5.1 Uji Validitas .....	31
3.5.1.1 Uji Validitas <i>Celebrity Worship</i> .....	31
3.5.1.2 Uji Validitas <i>Compulsive Buying</i> .....	34
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	38
3.6.2 Uji Analisis Regresi Sederhana.....	38
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.7.1 Uji Normalitas.....	39
3.7.2 Uji Homogenitas .....	39
3.7.3 Uji Linearitas.....	39
3.8 Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Subjek.....	41
4.2 Deskripsi Demografi .....	41
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	42
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
4.3.1 Kategorisasi Skor Variabel Penelitian <i>Celebrity Worship</i> .....	43
4.3.2 Kategorisasi Skor Variabel Penelitian <i>Compulsive Buying</i> .....	45

4.4 Hasil Uji Asumsi .....	46
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	46
4.4.2 Hasil Uji Homogenitas.....	47
4.4.3 Hasil Uji Linearitas .....	47
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana .....	48
4.6 Uji Tambahan.....	49
4.6.1 Uji Beda <i>Compulsive Buying</i> .....	49
4.6.1.1 Uji Beda <i>Compulsive Buying</i> Berdasarkan Usia.....	49
4.6.1.2 Uji Beda <i>Compulsive Buying</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.6.1.3 Uji Beda <i>Compulsive Buying</i> Berdasarkan Domisili .....	51
4.6.2 Uji Beda <i>Celebrity Worship</i> .....	51
4.6.2.1 Uji Beda <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Usia.....	51
4.6.2.2 Uji Beda <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.6.2.3 Uji Beda <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Domisili .....	53
4.6.3 Nilai Mean Dimensi Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	54
4.6.4 Karakteristik Respondem dalam Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	54
4.6.4.1 Dimensi <i>Entertainment Social</i> .....	54
4.6.4.2 Dimensi <i>Intense Personal</i> .....	55
4.6.4.3 Dimensi <i>Borderline Pathological</i> .....	55
4.6.5 Uji Korelasi Dimensi Variabel <i>Celebrity Worship</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> .....	56
4.7 Pembahasan.....	57
<b>BAB V KESIMPULAN dan SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.3 Saran.....	60
5.3.1 Saran Teoritis .....	61
5.3.2 Saran Praktis.....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Pengukuran Skala .....	24
Tabel 3.2 Blue Print Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	24
Tabel 3.3 Adaptasi Skala <i>Celebrity Worship</i> .....	25
Tabel 3.4 Blue Print Skala <i>Compulsive Buying</i> .....	28
Tabel 3.5 Adaptasi Skala <i>Compulsive Buying</i> .....	29
Tabel 3.6 Uji Validitas <i>Celebrity Worship</i> .....	32
Tabel 3.7 Skala <i>Celebrity Worship</i> Setelah Uji Validitas .....	32
Tabel 3.8 Uji Validitas <i>Compulsive Buying</i> .....	35
Tabel 3.9 Skala <i>Compulsive Buying</i> Setelah Uji Validitas .....	35
Tabel 3.10 Uji Reliabilitas <i>Celebrity Worship</i> .....	37
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas <i>Celebrity Worship</i> Setelah <i>Pilot Test</i> .....	37
Tabel 3.12 Uji Reliabilitas <i>Compulsive Buying</i> .....	38
Tabel 3.13 Uji Reliabilitas <i>Compulsive Buying</i> Setelah <i>Pilot Test</i> .....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	42
Tabel 4.4 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	43
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	43
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Data Empirik .....	44
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel <i>Compulsive Buying</i> .....	45
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel <i>Compulsive Buying</i> Berdasarkan Data Empirik .....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas .....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Sederhana .....	48
Tabel 4.13 Model <i>Summary</i> Uji Regresi Sederhana .....	49
Tabel 4.14 Uji Beda <i>Compulsive Buying</i> Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.15 Uji Beda <i>Compulsive Buying</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.16 Uji Beda <i>Compulsive Buying</i> Berdasarkan Domisili .....	51
Tabel 4.17 Uji Beda <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.18 Uji Beda <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.19 Uji Beda <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Domisili .....	53

Tabel 4.20 Nilai Mean Dimensi <i>Celebrity Worship</i> .....	54
Tabel 4.21 Karakteristik Responden pada Dimensi <i>Entertainment Social</i> .....	54
Tabel 4.22 Karakteristik Responden pada Dimensi <i>Intense Personal</i> .....	55
Tabel 4.23 Karakteristik Responden pada Dimensi <i>Borderline Pathological</i> .....	55
Tabel 4.24 Uji Korelasi Dimensi Variabel <i>Celebrity Worship</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> .....	56

