



**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN
IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL PENGGEMAR
BTS DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

ANNISA ZAHWA AURELIA

46118210034

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI/PROGRAM SARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023



**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN
IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL PENGGEMAR
BTS DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

ANNISA ZAHWA AURELIA

46118210034

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI/PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Zahwa Aurelia

NIM : 46118210034

Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan *Impulsive Buying* Pada Dewasa Awal Penggemar BTS di Kota Bekasi

Menyatakan bahwa 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 Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Februari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Annisa Zahwa Aurelia

HALAMAN PENGESAHAN UNTUK PROGRAM SARJANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Annisa Zahwa Aurelia
NIM : 46118210034
Program Studi : S1 Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Hubungan antara *Celebrity Worship* dengan *Impulsive Buying* pada Dewasa Awal Penggemar BTS di Kota Bekasi

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji 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
Ketua Penguji : Popi Avati, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0315028801
Penguji : Dina Syakina, M.Si
NIDN : 0306099001



Jakarta, 15 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan



(Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D)

Ketua Program Studi



(Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog)

PSI 07210581



Please Scan QR Code Verify

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya sapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Program Sarjana Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi, Psi selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Mistety Oktaviana, M.Psi, Psi selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta. Papi, Mama, Kak Eki, Kak Daffa dan Uzel yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, hiburan serta doa yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pada Eyang Uti, Eyang Ozi dan keluarga besar lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
6. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Psikologi Kranggan Angkatan 2018 khususnya Olga, Dinda, Fitri, Akbar dan Dhita. Serta teman penulis semasa sekolah Aul dan Amel yang telah bersedia mendengarkan, membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Anggota BTS (Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook), serta Asahi, Jeongwoo dan Mark Lee yang secara tidak langsung telah memberikan

semangat, motivasi dan menjadi penghibur disaat penulis merasa jenuh dalam menyusun skripsi ini.

8. Teman-teman ARMY yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu proses penelitian ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 26 Februari 2023

Annisa Zahwa Aurelia



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

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

Nama : Annisa Zahwa Aurelia
NIM : 46118210034
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan *Impulsive Buying* Pada Dewasa Awal Penggemar BTS di Kota Bekasi

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 Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan 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, 26 Februari 2022



Annisa Zahwa Aurelia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR ..	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I 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	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.2 Aspek <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.3 Faktor <i>Impulsive Buying</i>	9
2.1.4 Dampak <i>Impulsive Buying</i>	10
2.2 <i>Celebrity Worship</i>	10
2.2.1 Definisi <i>Celebrity Worship</i>	10
2.2.2 Aspek <i>Celebrity Worship</i>	11
2.2.3 Faktor-faktor <i>Celebrity Worship</i>	12
2.3 Dewasa Awal Penggemar BTS	12
2.3.1 Dewasa Awal.....	12
2.3.2 Sejarah BTS.....	14
2.3.3 Definisi Penggemar BTS	15
2.4 Penelitian-penelitian Terdahulu	16
2.5 Hubungan antara <i>Celebrity Worship</i> dengan <i>Impulsive Buying</i> pada Dewasa Awal Penggemar BTS	16
2.6 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.1.1 Definisi Operasional.....	21
3.2 Subjek Penelitian.....	22
3.2.1 Populasi Penelitian	22
3.2.2 Sampel Penelitian	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	23

3.4 Instrumen Penelitian	23
3.4.1 Alat Ukur CelebrityWorship	24
3.4.2 Alat Ukur Impulsive Buying	24
3.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.4.4 Uji Diskriminasi Aitem	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	27
3.5.1 Uji Deskriptif.....	27
3.5.2 Uji Normalitas	27
3.5.3 Uji Hipotesis.....	27
3.5.4 Uji Beda.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	29
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	29
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	30
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	31
4.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan.....	31
4.1.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kisaran Pendapatan Perbulan .	32
4.1.7 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Mengidolakan BTS	33
4.2 Uji Deskriptif	33
4.2.1 Kategorisasi Celebrity Worship	34
4.2.2 Kategorisasi Impulsive Buying	34
4.3 Hasil Uji Normalitas	35
4.4 Hasil Uji Korelasi.....	35
4.5 Uji Korelasi Antar Aspek.....	36
4.6 Uji Test Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.7 Uji ANOVA Celebrity Worship	38
4.7.1 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Usia.....	38
4.7.2 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Pekerjaan	38
4.7.3 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Sumber Pendapatan	39
4.7.4 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Kisaran Pendapatan	40
4.7.5 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Lama Mengidolakan BTS.....	40
4.8 Uji ANOVA Impulsive Buying	41
4.8.1 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Usia.....	41
4.8.2 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Pekerjaan	42
4.8.3 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Sumber Pendapatan	43
4.8.4 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Kisaran Pendapatan	43
4.8.5 Uji One Way ANOVA Berdasarkan Lama Mengidolakan BTS.....	44
4.9 Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	49
5.3 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 <i>Blueprint</i> Skala <i>Celebrity Attitude Scale</i>	23
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Skala <i>Impulse Buying Tendency Scale</i>	24
Tabel 3.3 Hasil <i>Expert Judgment</i>	25
Tabel 3.4 Hasil Uji Diskriminasi Aitem Skala <i>Celebrity Worship</i>	26
Tabel 3.5 Hasil Uji Diskriminasi Aitem Skala <i>Impulse Buying</i>	27
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	30
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan	31
Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kisaran Pendapatan Per Bulan ...	32
Tabel 4.7 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Mengidolakan BTS.....	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif	33
Tabel 4.9 Hasil Kategorisasi <i>Celebrity Worship</i>	34
Tabel 4.10 Hasil Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i>	34
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	35
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi.....	35
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Antar Aspek	36
Tabel 4.14 Hasil Uji T Test Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.15 Hasil Uji ANOVA <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.16 Hasil Uji ANOVA <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.17 Hasil Uji ANOVA <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Sumber Pendapatan	39
Tabel 4.18 Hasil Uji ANOVA <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Kisaran Pendapatan	40
Tabel 4.19 Hasil Uji ANOVA <i>Celebrity Worship</i> Berdasarkan Lama Mengidolakan BTS	40
Tabel 4.20 Hasil Uji ANOVA <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.21 Hasil Uji ANOVA <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.22 Hasil Uji ANOVA <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Sumber Pendapatan	43
Tabel 4.23 Hasil Uji ANOVA <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Kisaran Pendapatan	43
Tabel 4.24 Hasil Uji ANOVA <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Lama Mengidolakan	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2: Hasil Reliabilitas dan Diskriminasi Aitem.....	60
Lampiran 3: Data Demografi Responden	63
Lampiran 4: Hasil Kategorisasi dan Uji Normalitas	65
Lampiran 5: Uji Korelasi	66

