

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Celebrity Worship dan Kontrol Diri terhadap Impulsive Buying Merchandise K-Pop pada Penggemar K-Pop ini ditulis oleh Diah Suci Lestari, NIM. 126308212105, dengan pembimbing Dr. Zun Azizul Hakim, M.Psi., Psikolog.

Kata kunci: *celebrity worship*, kontrol diri, *impulsive buying*, *merchandise*, penggemar K-Pop.

Korean Wave atau *Hallyu* sudah menjadi fenomena global yang membawa pengaruh besar terhadap budaya populer di berbagai negara, termasuk Indonesia. Dalam budaya ini, perilaku *impulsive buying* menjadi fenomena yang umum ditemukan di kalangan penggemar K-Pop terutama di kalangan Gen Z, dalam pembelian *merchandise* yang berhubungan dengan idola mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *celebrity worship* dan kontrol diri terhadap *impulsive buying merchandise* K-Pop pada penggemar K-Pop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel berjumlah 252 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil regresi menunjukkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* (koefisien 0,716, $p < 0,05$), sedangkan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan (koefisien -0,269, $p < 0,05$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* dengan nilai F_{hitung} 47,574 dan signifikansi 0,000.

ABSTACK

Thesis entitled "The Influence of Celebrity Worship and Self-Control on Impulsive Buying of K-Pop Merchandise among K-Pop Fans" was written by Diah Suci Lestari, Student ID 126308212105, under the supervision of Dr. Zun Azizul Hakim, M.Psi., Psychologist.

Keywords: celebrity worship, self-control, impulsive buying, merchandise, K-Pop fans.

The Korean Wave or Hallyu has become a global phenomenon that has significantly influenced popular culture in various countries, including Indonesia. In this culture, impulsive buying behavior has become a common phenomenon among K-Pop fans, especially Generation Z, particularly in the purchase of merchandise related to their idols. This study aims to analyze the influence of celebrity worship and self-control on the impulsive buying of K-Pop merchandise among K-Pop fans. This research uses a quantitative approach with a sample of 252 respondents. The data analysis technique employed is multiple linear regression. The regression results show that celebrity worship has a positive and significant effect on impulsive buying (coefficient 0.716, $p < 0.05$), while self-control has a negative and significant effect (coefficient -0.269, $p < 0.05$). Simultaneously, both variables have a significant effect on impulsive buying with an F -value of 47.574 and a significance of 0.000.

الملخص

أعدت هذه الرسالة بعنوان "تأثير عبادة المشاهير وضبط النفس على الشراء الاندفاعي لبضائع الكيبوب لدى معجبي الكيبوب" من قبل ديه سوتشي ليستاري، الرقم الجامعي ١٢٦٣٠٨٢١٢١٠٥، تحت إشراف الدكتور زون عزيز الحقيم، ماجستير في علم النفس، أخصائي نفسي.

الكلمات المفتاحية: عبادة المشاهير، ضبط النفس، الشراء الاندفاعي، البضائع، معجبي الكيبوب.

لقد أصبحت الموجه الكورية أو ما يُعرف بـ "الهاليو" ظاهرةً عالميةً لها تأثير كبير على الثقافة الشعبية في مختلف الدول، بما في ذلك إندونيسيا. في ظل هذه الثقافة، يُعد السلوك الشرائي الاندفاعي ظاهرة شائعة بين معجبي الكيبوب، وخاصةً في صفوف الجيل زد، عند شرائهم لبضائع تتعلق بأصنامهم. يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير عبادة المشاهير وضبط النفس على الشراء الاندفاعي لبضائع الكيبوب لدى معجبي الكيبوب. يعتمد هذا البحث على المنهج الكمي، حيث بلغ عدد العينة ٢٥٢ مشاركًا. وتم استخدام تقنية التحليل الإحصائي من خلال الانحدار الخطي المتعدد. أظهرت نتائج الانحدار أن عبادة المشاهير تؤثر بشكل إيجابي ودال بينما يؤثر ضبط النفس بشكل سلبي، ($p < 0,05$ معامل = ٠,٧١٦، وقيمة) إحصائيًا على الشراء الاندفاعي أما بشكل تزامني، فإن كلا المتغيرين لهما تأثير دال. ($p < 0,05$ معامل = -٠,٢٦٩، وقيمة) ودال إحصائيًا. محسوبة ٤٧,٥٧٤ ومستوى دلالة $F 0,000$ إحصائيًا على الشراء الاندفاعي بقيمة