

## **Hubungan *Celebrity Worship* Dengan Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Di Jember**

**Talitha Shabrina Putri<sup>1</sup>, Erna Ipak Rahmawati<sup>2</sup>, Danan Satriyo Wibowo<sup>3</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Jember

### **INTISARI**

Fenomena semakin mendunianya K-Pop membuat individu memiliki idola yang dipuja atau disukai. Fenomena dimana penggemar yang mengikuti segala sosial media dengan tujuan untuk mencari, dan mendapatkan informasi mengenai idol K-Pop, adanya perasaan senang terhadap idol yang disukai, sehingga memunculkan penggemar ingin membeli *merchandise* dari idol K-Pop untuk memuaskan rasa senangnya dibandingkan kegunaan dari barang yang dibeli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *celebrity worship* dengan perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop di Jember. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Subjek penelitian ini yaitu penggemar K-pop di Jember sebanyak 179 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pegambilan data dilakukan dengan bantuan *google formulir* karena kondisi adanya covid-19. Analisa data memakai bantuan dari *SPSS versi 21 for windows*.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya hubungan antara *celebrity worship* dengan perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop di Jember dilihat dari signifikansi  $0,000 \leq p < 0,05$  yang memiliki arti semakin tinggi pemujaan terhadap selebriti yang dilakukan penggemar maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya, semakin rendah pemujaan terhadap selebriti yang dilakukan penggemar maka akan semakin rendah terjadinya perilaku konsumtif.

**Kata Kunci :** penggemar K-Pop, *celebrity worship*, perilaku konsumtif.

1. Peneliti
2. Dosen Pembimbing I
3. Dosen Pembimbing II

## ***The Relationship Between Celebrity Worship with Consumtive Behavior of K-Pop Fans In Jember***

**Talitha Shabrina Putri<sup>1</sup>, Erna Ipak Rahmawati<sup>2</sup>, Danan Satriyo Wibowo<sup>3</sup>**

*Faculty of Psychology, University of Muhammadiyah Jember*

### **ABSTRACT**

*The increasingly global phenomenon of K-Pop makes individual have idols that are adored or liked. A phenomenon where fans follow all social media with the aim of finding, getting information about K-Pop idols, the feeling of pleasure towards the idols they like, so that fans want to buy merchandise from K-Pop idols to satisfy their pleasure compared to the usefulness of the items purchased.*

*This study aims to determine the relationship between celebrity worship and consumptive behavior among K-Pop fans in Jember. The method in this research is quantitative. The subject of this research is K-pop fans in Jember amount 179 respondents, this study using purposive sampling technique. Data collection was assistance with Google Forms due to the Covid-19 condition. Data analysis using SPSS version 21 for windows.*

*The results of this study that there is a relationship between celebrity worship and consumptive behavior among K-Pop fans in Jember, based from the significance of  $0.000 < 0.05$  which means that the higher the worship of celebrities by fans, the higher of consumptive behavior, and the lower the celebrity worship by fans, the lower the occurrence of consumptive behavior.*

**Keywords:** *K-Pop fans, celebrity worship, and consumptive behavior.*

1. Researcher
2. First Supervisor
3. Second Supervisor