

**ANALISIS DESKRIPTIF PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PADA PENGGEMAR K-POP: STUDI KASUS  
SASARENGAN *TRIP BATCH THE DREAM SHOW 3***



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**PUTRI NAJWA FAKHIRAH**

**1201003109**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Putri Najwa Fakhirah

NIM : 1201003109

Tanggal : 28 Agustus 2024

Tanda Tangan :

Putri Najwa Fakhirah



## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Putri Najwa Fakhirah  
NIM : 1201003109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : ANALISIS DESKRIPTIF PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PENGGEMAR K-POP: STUDI KASUS SASARENGAN *TRIP BATCH THE DREAM SHOW 3*


Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si

( 12/9/24)

Pembahas 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.

(

Pembahas 2 : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom.

(

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal  
10 September 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih sayang, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Analisis Deskriptif Pengaruh *Celebrity Worship* Terhadap Pembelian Impulsif Penggemar *K-pop* (Studi Kasus Sasarengan *Trip Batch The Dream Show 3* Tanggal 18 Mei 2024 ". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Berkat bimbingan dan anugerah-Nya, penulis mampu menghadapi segala rintangan dan tantangan selama proses penelitian dan penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa**, atas rahmat-Nya yang tiada terkira, kesehatan yang senantiasa diberikan, serta inspirasi dan ketenangan pikiran yang diperlukan dalam menghadapi setiap proses dan tahapan penyusunan skripsi ini.
2. **Miss Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.**, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati telah membimbing, memberikan arahan, serta dorongan semangat yang sangat berarti. Kehangatan dan kebijaksanaan dalam membimbing telah memberikan penulis motivasi untuk terus maju dan menyelesaikan skripsi ini.
3. **Kedua orang tua, Nenek, Tante, dan Om**, selaku keluarga tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan doa, dukungan moral, dan materiil. Tanpa cinta, pengorbanan, dan kesabaran kalian, penulis tidak akan bisa mencapai tahap ini. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis.
4. **Octar Irtiza Raji**, selaku adik penulis yang menjadi alasan penulis bisa tetap hidup dan berjalan maju. Terima kasih karena selalu ada, menjadi inspirasi, dan membuat penulis merasa tidak pernah sendirian.
5. **Sobat Ibot**, selaku teman dekat penulis sejak menjadi mahasiswa baru sampai akhir. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyak kepada sobat ibot yang berisikan Orpa, Novelia, Kharisma, Dena, Nauval dan Zara yang selalu membantu penulis selama mengerjakan tugas-tugas di kampus dan memberikan dukungan selama penulis mengerjakan tugas akhir.
6. **Teman-teman dekat**, yang selalu ada di setiap suka dan duka. Terima kasih untuk Tiara, Dinda, Aidil, Gadis, dan Rayhan atas tawa, kebersamaan, dan dukungan yang tulus, yang telah menjadi obat penawar di saat penulis merasa lelah dan jenuh. Kehadiran kalian sangat berarti dan membuat setiap proses ini lebih menyenangkan.
7. **Grup musik NCT dan olahraga Formula 1**, yang telah memberikan hiburan, inspirasi, dan penyegaran di saat-saat penulis merasa stres dan butuh motivasi

tambahan. Melodi dan energi positif dari musik sampai member NCT, serta keseruan menonton balapan Formula 1, telah menjadi pelarian sementara yang menyenangkan dan membantu penulis untuk kembali berfokus pada penyelesaian skripsi ini.

8. **Putri Najwa Fakhirah**, selaku diri saya sendiri untuk keberanian, ketekunan, dan kesabaran yang telah ditunjukkan. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dan selalu mencari cara untuk terus maju meskipun dalam kondisi yang sulit sekalipun. Setiap langkah kecil yang diambil telah membawa penulis menuju pencapaian besar ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Terima kasih.

Depok, 3 September 2024

Putri Najwa Fakhirah

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Putri Najwa Fakhirah  
NIM : 1201003109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS DESKRIPTIF PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PENGGEMAR *K-POP* (STUDI KASUS  
SASARENGAN *TRIP BATCH THE DREAM SHOW* TANGGAL 18 MEI  
TAHUN 2024)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2024

Yang menyatakan



Putri Najwa Fakhirah

**ANALISIS DESKRIPTIF PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP  
PEMBELIAN IMPULSIF PENGGEMAR *K-POP* (STUDI KASUS  
SASARENGAN *TRIP BATCH THE DREAM SHOW* TANGGAL 18 MEI  
TAHUN 2024)**

Putri Najwa Fakhirah

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara pemujaan selebriti dan perilaku pembelian impulsif di kalangan penggemar K-pop, dengan fokus pada peserta "Sasarengan Trip Batch The Dream Show 3" yang diadakan pada 18 Mei 2024. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan dari 140 responden yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Variabel independen, pemujaan selebriti, dibagi menjadi tiga dimensi: *Entertainment-Social*, *Intense-Personal*, dan *Borderline-Pathological*, sedangkan variabel dependen yaitu pembelian impulsif. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi signifikan antara pemujaan selebriti dan perilaku pembelian impulsif. Keterkaitan ini terutama kuat pada dimensi *Intense-Personal* dan *Borderline-Pathological*, yang menunjukkan bahwa keterikatan emosional yang mendalam terhadap idola berkontribusi terhadap pembelian impulsif. Hasil penelitian ini menyatakan benar bahwa pemujaan selebriti memainkan peran penting dalam mendorong perilaku konsumen, terutama dalam konteks pembelian *merchandise* dan pengeluaran terkait konser yang didorong oleh fandom.

**Kata Kunci:** pemujaan selebriti, pembelian impulsif, penggemar K-pop, Sasarengan Trip, The Dream Show 3

**THE INFLUENCE OF CELEBRITY WORSHIP ON IMPULSE PURCHASES  
OF K-POP FANS (CASE STUDY OF SASARENGAN TRIP BATCH THE  
DREAM SHOW ON 18 MAY 2024)**

Putri Najwa Fakhirah

---

**ABSTRACT**

This research explores the relationship between celebrity worship and impulsive buying behavior among K-pop fans, focusing on participants of the "Sasarengan Trip Batch The Dream Show 3" held on May 18, 2024. Using a descriptive quantitative method, data were collected from 140 respondents selected through simple random sampling. The independent variable, celebrity worship, is divided into three dimensions: Entertainment-Social, Intense-Personal, and Borderline-Pathological, while the dependent variable is impulsive buying. The results of the study show a significant correlation between celebrity worship and impulsive buying behavior. This correlation is particularly strong in the Intense-Personal and Borderline-Pathological dimensions, indicating that a deeper emotional attachment to idols contributes to impulsive purchases. The findings confirm that celebrity worship plays a significant role in driving consumer behavior, especially in the context of fandom-driven merchandise purchases and concert-related spending.

**Keywords:** celebrity worship, impulsive buying, K-pop fans, Sasarengan Trip, The Dream Show 3



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mendalami hubungan antara <i>celebrity worship</i> dan perilaku pembelian impulsif di berbagai konteks budaya pop lainnya .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.2 Teori Yang Relevan.....	11
2.2.1 Idol/Idola.....	11
2.2.2 <i>Fans</i> .....	11
2.2.3 <i>Fanatisme</i> .....	11
2.2.4 <i>Celebrity Worship</i> .....	11
2.2.5 Pembelian Impulsif .....	12
2.3 Kerangka Pemikiran .....	13
<b>BAB III.....</b>	<b>15</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
3.1 Desain dan Pendekatan .....	15
3.2 Populasi dan Sampel .....	15
3.2.1 Populasi .....	15
3.2.2 <i>Sample</i> .....	16
3.2.3 Teknik Sampling .....	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	18
3.3.1 Data Primer .....	18
3.3.2 Data Sekunder .....	18
3.4 Teknik Pengukuran .....	19
3.5 Analisis Data .....	19

3.5.1 Analisis Deskriptif .....	19
3.6 Uji Keabsahan Data .....	20
3.6.1 Uji Validitas.....	20
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	20
3.7 Definisi & Operasionalisasi Variabel .....	21
3.7.1 Definisi Variabel.....	21
3.7.2 Operasionalisasi Variabel .....	22
3.8 Hasil Uji Coba Keabsahan Data .....	27
3.8.1 Uji Coba Validitas .....	27
3.8.2 Uji Coba Reliabilitas .....	31
<b>BAB IV .....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....	32
4.1.1 Gambaran Sasarengan Trip .....	32
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	35
4.2 Penyajian Data.....	38
4.2.1 Hasil Uji Keabsahan Data.....	38
4.2.2 Analisis Deskriptif .....	43
4.3 Pembahasan .....	54
4.3.1 Variabel <i>Celebrity Worship</i> .....	54
4.3.2 Variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	55
<b>BAB V.....</b>	<b>57</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Kendala dan keterbatasan.....	59
5.3 Saran dan Implikasi.....	59
5.3.1 Saran Teoritis .....	59
5.3.2 Saran Praktis.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan fans K-pop terbanyak di dunia tahun 2021.....	2
Gambar 1.2 Seatplan dan Pricelist The Dream Show 3 .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.2.1 Instagram Sasarengan Trip.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.2.2 Post Mengenai Jasa Trip The Dream Show 3..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1.1 Instagram Sasarengan Trip.....	33
Gambar 4.1.2 Unggahan Mengenai Jasa Trip The Dream Show 3.....	34
Gambar 4.2. 1 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Entertainment Social</i> .....	44
Gambar 4.2. 2 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Intense Personal Feelings</i> .....	47
Gambar 4.2. 3 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Borderline Pathological</i> .....	49
Gambar 4.2. 4 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Kognitif</i> .....	51
Gambar 4.2. 5 Nilai Rata-Rata Dimensi <i>Afektif</i> .....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.6.1 Interpretasi Nilai <i>Corected Item-Total Correlation</i> .....	20
Tabel 3.6.2 Tingkat Keandalan <i>Croanbach's Alpha</i> .....	21
Tabel 4.1. 1 Usia Responden.....	35
Tabel 4.1. 2 Pendapatan Responden.....	36
Tabel 4.1. 3 Lama Menjadi Penggemar .....	37
Tabel 4.1. 4 Frekuensi Menonton Konser .....	37
Tabel 4.2. 1 Interpretasi Nilai <i>Corected Item-Total Correlation</i> .....	38
Tabel 4.2. 2 Hasil Uji Validitas .....	38
Tabel 4.2. 3 Tingkat Keandalan <i>Croanbach's Alpha</i> .....	42
Tabel 4.2. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.2. 5 Analisis Deskriptif <i>Entertainment Social</i> .....	43
Tabel 4.2. 6 Analisis Deskriptif Dimensi <i>Intense Personal Feeling</i> .....	45
Tabel 4.2. 7 Analisis Deskriptif <i>Borderline Pathological</i> .....	48
Tabel 4.2. 8 Analisis Deskriptif <i>Kognitif</i> .....	50
Tabel 4.2. 9 Analisis Deskriptif <i>Afektif</i> .....	52