

ABSTRAK

Dinda Elmanda Putri 10050015203. Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Anggota Komunitas BAIA Bandung.

Perkembangan budaya Korea dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Korean pop atau yang lebih dikenal dengan K-POP merupakan jenis musik yang berasal dari Korea Selatan. Salah satu boyband K-POP yang populer di Indonesia adalah BTS yang juga dikenal dengan Bangtan Boys. Di Indonesia, terdapat salah satu komunitas penggemar BTS yaitu BTS Army Indonesia Amino (BAIA). Menurut Raviv (1996) kegemaran terhadap idola akan berkurang bahkan menghilang ketika individu memasuki masa perkembangan dewasa awal, namun kenyataannya masih banyak individu dewasa awal yang melakukan *celebrity worship*. Saat seseorang mengidolakan selebriti, ia akan merasa terikat dengan segala hal yang berhubungan dengan idolanya, salah satu contohnya adalah membeli *merchandise* idolanya (Chapman, 2003). Ketika aktivitas belanja menjadi tidak dapat terkontrol dan berlebihan, hal tersebut cenderung menunjukkan perilaku *compulsive buying*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *celebrity worship* terhadap perilaku *compulsive buying* pada dewasa awal anggota komunitas BAIA Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *celebrity worship* dari Maltby dkk (2006) dan teori *compulsive buying* dari Edwards (1993). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Celebrity Atitude Scale* (CAS) yang disusun oleh Maltby dkk (2006) untuk mengukur variabel *celebrity worship*, dan *Compulsive Buying Scale* (CBS) yang disusun oleh Edwards (1993) untuk mengukur perilaku *compulsive buying*. Penelitian ini dilakukan pada 208 responden usia dewasa awal anggota komunitas BAIA Bandung. Peneliti menggunakan teknik analisis regresi sederhana pada aplikasi *SPSS versi 26 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif *celebrity worship* terhadap perilaku *compulsive buying* sebesar 20,8%. Hasil analisis statistik tersebut menyatakan bahwa hipotesis penelitian dapat diterima.

Kata kunci : *Celebrity Worship*, *Compulsive Buying*, Dewasa Awal