

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh tingkat (*celebrity worship*) terhadap perilaku pembelian kompulsif terkait *merchandise* K-Pop grup SNSD pada Sone Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami peran *self control* sebagai media moderasi dalam hubungan antara *celebrity worship* dan *compulsive buying*. Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif kausal melalui survei *online* kepada penggemar K-Pop grup SNSD. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari skala pengukuran *celebrity worship*, *compulsive buying*, dan *self control*. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 orang. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *celebrity worship* dan *compulsive buying merchandise* K-Pop grup SNSD pada Sone Indonesia. Artinya semakin tinggi tingkat *celebrity worship* yang dimiliki oleh responden, semakin mereka melakukan pembelian yang kompulsif terkait *merchandise* dari SNSD. Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *self control* tidak dapat berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *celebrity worship* dan *compulsive buying*. Hal ini menandakan bahawa tingkat *self control* yang dimiliki oleh mayoritas responden rendah, sehingga tidak dapat mengurangi dampak negatif dari hubungan *celebrity worship* dengan *compulsive buying*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengelola bisnis di industri hiburan, terutama dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan bertanggung jawab secara sosial



Kata kunci: *Celebrity worship*, *Compulsive buying*, *Merchandise K-Pop*, SNSD, *Self control*, Sone Indonesia

## ***ABSTRACT***

This study aims to investigate the influence of celebrity worship levels on compulsive buying behavior related to K-Pop merchandise from the SNSD group among Indonesian Sone fans. Additionally, the research aims to understand the role of self-control as a moderating factor in the relationship between celebrity worship and compulsive buying. The research method employed a quantitative causal approach through an online survey among fans of the K-Pop group SNSD. Data collection was carried out using questionnaires comprising scales to measure celebrity worship, compulsive buying, and self-control. The total number of respondents participating in this study was 110 individuals. The results of the data analysis indicate a significant positive correlation between celebrity worship and compulsive buying behavior related to SNSD's K-Pop merchandise among Indonesian Sone fans. This means that the higher the level of celebrity worship among the respondents, the more likely they are to engage in compulsive buying behavior regarding SNSD's merchandise. Furthermore, the study results also show that self-control does not play a moderating role in the relationship between celebrity worship and compulsive buying. This indicates that the majority of respondents had low levels of self-control, which could not reduce the negative impact of the relationship between celebrity worship and compulsive buying. The findings of this research are expected to provide valuable information for business managers in the entertainment industry, especially in developing more effective and socially responsible marketing strategies.

Keywords: Celebrity worship, Compulsive buying, K-Pop Merchandise, SNSD, Sone Indonesia

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

Sebagai civitas akademika Universitas Ma Chung, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama** : Bejo Hariyanto  
**NIM** : 111910088  
**Program Studi** : Manajemen  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis  
**Jenis Karya** : Skripsi

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

**“PENGARUH *CELEBRITY WORSHIP* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING MERCHANDISE* K-POP GRUP SNSD DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA SONE INDONESIA)  
”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Ma Chung 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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

**Dibuat di** : Malang  
**Pada tanggal** : 17 Juli 2023

Yang menyatakan,

Bejo Hariyanto