

**PENGARUH KONFORMITAS DAN *FANSHIP* TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF MERCHANDISE PADA PENGGEMAR K-POP DI GRESIK**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**SHILLA NINDA SEPTIANI**

**200701051**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

**GRESIK**

**2024**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan daya dan kekuatan bagi orang-orang yang bertawakal, yang memberikan kemudahan dan menghilangkan kesukaran, memberikan petunjuk kebenaran yang benar dan kesalahan yang salah serta memberikan kekuatan kepada kami untuk mampu menjauhinya. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., atas keluarga, sahabat dan orang-orang yang mengikuti mereka dengan baik hingga hari akhir.

Seiring dengan rasa syukur kepada Allah SWT., atas terselesainya penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KONFORMITAS DAN *FANSHIP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MERCHANDISE PADA PENGGEMAR K-POP DI GRESIK”** maka penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Awang Setiawan Wicaksono, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Ibu Prianggi Amelasasih. S.Psi., M.Si selaku Ka. Prodi Psikologi.
3. Ibu Idha Rahayuningsih, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Wali.
4. Ibu Dr. Asri Rejeki, M.M., Psikolog selaku Dosen Pembimbing Skripsi I.
5. Ibu Asti Candrasasi C.P., M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh dosen dan Civitas Akademik Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak mungkin saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan walaupun demikian penulis tetap berharap semoga penulisan skripsi ini berguna dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bidang psikologi.

Gresik, Februari 2024

Shilla Ninda Septiani

## ABSTRAK

### **Shilla Ninda Septiani (200701051) 2024 Universitas Muhammadiyah Gresik. Pengaruh Konformitas dan *Fanship* Terhadap Perilaku Konsumtif Merchandise Pada Penggemar K-Pop di Gresik**

Penggemar K-Pop merupakan seseorang yang mengidolakan *boygroup* maupun *girlgroup* yang berasal dari Korea. Penggemar mendukung idolanya, salah satunya dengan cara membeli merchandise dari idolanya. Hal tersebut dapat membuat penggemar berperilaku konsumtif. Penggemar yang memiliki konformitas dan *fanship* yang tinggi maka menjadikan penggemar berperilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas dan *fanship* terhadap perilaku konsumtif merchandise pada penggemar k-pop di Gresik. Subjek dalam penelitian ini adalah penggemar k-pop di Gresik sebanyak 181 orang yang tergabung dalam grup whatsapp dan pernah melakukan pembelian merchandise. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yaitu sampling kuota. Teknik pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif yang dibuat peneliti berdasarkan aspek Lina & Rosyid, (1997), skala konformitas milik Mehrabian & Stefl (1995) yang dimodifikasi oleh peneliti dan skala *fanship* milik Reysen & Branscombe (2010) yang dimodifikasi oleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh konformitas dan *fanship* terhadap perilaku konsumtif merchandise dengan nilai F sebesar 50,473 dengan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Terdapat pengaruh konformitas dan *fanship* terhadap perilaku konsumtif sebesar 36,2%. Mayoritas subjek dalam penelitian ini memiliki konformitas, *fanship* dan perilaku konsumtif dengan kategori sedang.

**Kata kunci :** konformitas, *fanship*, perilaku konsumtif, penggemar k-pop

## ABSTRACT

**Shilla Ninda Septiani (200701051) 2024 University of Muhammadiyah Gresik. The Effect Conformity and Fanship on Merchandise Consumptive Behavior in K-Pop Fans in Gresik.**

*A K-Pop fan is someone who idolizes boy groups and girl groups from Korea. Fans support their idols, one of which is by buying merchandise from their idols. This can make fans behave consumptively. Fans who have high conformity and fanship make fans consumptive behavior. This study aims to determine the effect of conformity and fanship on merchandise consumptive behavior in k-pop fans in Gresik. The subjects in this study were k-pop fans in Gresik as many as 181 people who are members of the whatsapp group and have purchased merchandise. The research method used is quantitative. The sampling technique is quota sampling. The data collection technique uses a consumptive behavior scale made by researchers based on aspects of Lina & Rosyid, (1997), Mehrabian & Stefl's (1995) conformity scale modified by researchers and Reysen & Branscombe's (2010) fanship scale modified by researchers. The data analysis technique used is multiple linear regression test. The results showed that there was an influence of conformity and fanship on merchandise consumptive behavior with an F value of 50.473 with a significance level of  $0.000 < 0.05$ . There is an influence of conformity and fanship on consumptive behavior of 36.2%. The majority of subjects in this study have conformity, fanship and consumptive behavior.*

**Keywords :** *conformity, fanship, consumptive behavior, k-pop fans*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Rumus.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak.....	xvi
Abstract.....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif.....	12

2.1.1	Definisi Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.2	Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	13
2.1.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	13
2.1.4	Teori Konsumerisme.....	16
2.2	Tinjauan Tentang Konformitas.....	17
2.2.1	Definisi Konformitas.....	17
2.2.2	Aspek-Aspek Konformitas.....	18
2.2.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas .....	18
2.2.4	Bentuk-Bentuk Konformitas .....	19
2.3	Tinjauan Tentang <i>Fanship</i> .....	19
2.3.1	Definisi <i>Fanship</i> .....	19
2.3.2	Aspek-Aspek <i>Fanship</i> .....	20
2.3.3	Faktor yang Mempengaruhi <i>Fanship</i> .....	20
2.4	Hubungan Antar Variabel.....	22
2.5	Kerangka Konseptual .....	25
2.6	Hipotesis.....	25
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Tipe Penelitian.....	26
3.2	Identifikasi Variabel .....	26
3.3	Definisi Operasional.....	26
3.3.1	Definisi Operasional Perilaku Konsumtif .....	26
3.3.2	Definisi Operasional Konformitas .....	27
3.3.3	Definisi Operasional <i>Fanship</i> .....	27
3.4	Populasi dan Teknik Sampling.....	28
3.4.1	Populasi .....	28

3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5.1	Skala Perilaku Konsumtif.....	30
3.5.3	Skala Fanship .....	31
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.6.1	Validitas .....	32
3.6.2	Reliabilitas.....	33
3.7	Teknik Analisis Data .....	33
3.7.1	Uji Normalitas.....	33
3.7.2	Uji Linearitas.....	34
3.7.3	Uji Multikolinieritas .....	34
3.7.4	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7.5	Uji Hipotesis.....	35
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>36</b>
4.1	Gambaran Umum Penelitian .....	36
4.1.1	Gambaran Penggemar K-Pop Secara Umum .....	36
4.1.2	Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian.....	36
4.1.3	Hambatan Dalam Proses Penelitian .....	37
4.1.4	Subjek Penelitian.....	37
4.2	Hasil Pengukuran Validitas dan Reliabilitas .....	38
4.2.1	Uji Validitas .....	38
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	40
4.3.1	Uji Normalitas.....	41
4.3.2	Uji Linieritas .....	41
4.3.3	Uji Multikolinieritas.....	41

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	42
4.3.5 Uji Hipotesis.....	42
4.4 Kategorisasi Norma.....	44
4.5 Pembahasan.....	46
<b>BAB V : SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>52</b>
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Bagi Penggemar.....	52
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54





## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Wawancara Dengan Subjek Mengenai Perilaku Konsumtif .....	4
Tabel 1. 2 Hasil Wawancara Dengan Subjek Mengenai Konformitas .....	7
Tabel 1. 3 Hasil Wawancara Dengan Subjek Mengenai <i>Fanship</i> .....	8
Tabel 3. 1 Kategorisasi Skor Jawaban Skala Likert .....	30
Tabel 3. 2 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif .....	30
Tabel 3. 3 Blue Print Skala Konformitas.....	31
Tabel 3. 4 Blue Print Skala <i>Fanship</i> .....	32
Tabel 4. 1 Data Karakteristik Responden.....	38
Tabel 4. 2 Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif .....	38
Tabel 4. 3 Uji Validitas Skala Konformitas .....	39
Tabel 4. 4 Uji Validitas Skala <i>Fanship</i> .....	39
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif .....	40
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Skala Konformitas.....	40
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Skala <i>Fanship</i> .....	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linieritas .....	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	42
Tabel 4. 12 Hasil Anova.....	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Regresi.....	43
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi.....	43
Tabel 4. 15 Norma Kategorisasi .....	44
Tabel 4. 16 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4. 17 Hasil Kategorisasi Norma Skor Perilaku Konsumtif.....	45
Tabel 4. 18 Hasil Kategorisasi Norma Skor Konformitas .....	45
Tabel 4. 19 Hasil Kategorisasi Norma Skor <i>Fanship</i> .....	46
Tabel 4. 20 Item Perilaku Konsumtif Yang Paling Banyak Dipilih Responden .....	49
Tabel 4. 21 Item Konformitas yang Paling Banyak Dipilih Responden .....	49
Tabel 4. 22 Item <i>Fanship</i> yang Paling Banyak Dipilih Responden .....	50
Tabel 4. 23 Item Perilaku Konsumtif Paling Sedikit Dipilih.....	51
Tabel 4. 24 Item Konformitas Paling Sedikit Dipilih.....	51
Tabel 4. 25 Item <i>Fanship</i> Paling Sedikit Dipilih.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Merchandise Idol Korea yang Paling Laku di Indonesia.....	2
Gambar 2 Kerangka Konseptual.....	25



## DAFTAR RUMUS

Rumus 1 : Perhitungan Sampel Slovin .....29



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Plagiasi Checker .....	58
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian .....	59
Lampiran 3 : Tabulasi Data Variabel Perilaku Konsumtif .....	63
Lampiran 4 : Tabulasi Data Variabel Konformitas .....	66
Lampiran 5 : Tabulasi Data Variabel <i>Fanship</i> .....	69
Lampiran 6 : Surat Persetujuan Expert Judgment .....	72
Lampiran 7 : Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif.....	73
Lampiran 8 : Uji Validitas Skala Konformitas .....	75
Lampiran 9 : Uji Validitas Skala <i>Fanship</i> .....	77
Lampiran 10 : Uji Reliabilitas .....	77
Lampiran 11 : Hasil Uji Normalitas .....	79
Lampiran 12 : Hasil Uji Linieritas.....	80
Lampiran 13 : Hasil Uji Multikolinieritas .....	81
Lampiran 14 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	82
Lampiran 15 : Hasil Uji Hipotesis.....	83
Lampiran 16 : Tabel Frekuensi Perilaku Konsumtif .....	84
Lampiran 17 : Tabel Frekuensi Konformitas .....	88
Lampiran 18 : Tabel Frekuensi <i>Fanship</i> .....	91
Lampiran 19 : Kartu Bimbingan.....	94