

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FPSI

PENGARUH PEMUJAAAN SELEBRITI DAN REGULASI DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA PEREMPUAN PENGGEKMAR KPOP

Destia Romadhona

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76477&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi seberapa besar pengaruh Pemujaan Selebriti dan Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif pada remaja perempuan penggemar Kpop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda (Multiple Linear Regression). Sampel dalam penelitian berjumlah 240 orang remaja perempuan penggemar Kpop dengan rentang usia 12-21 tahun diambil menggunakan metode purposive sampling. Instrumen penelitian diantaranya yaitu IBS (Impulse Buying Tendency Scale) oleh Verplanken dan Herabadi (2001) dengan Cronbach's Alpha 0,902, CAS (Celebrity Attitude Scale) oleh Maltby dkk (2002) dengan Cronbach's Alpha 0,964, serta SSRQ (Short Self-Regulation Qyestionnaire) oleh Pichardo (2014) dengan Cronbach's Alpha 0,967. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemujaan Selebriti dan Regulasi Diri berkontribusi terhadap Pembelian Impulsif sebesar 39,8% dengan probability value sebesar 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Pemujaan Selebriti dan Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif. Hasil koefisien $\beta_1 = 0,540$ dengan probability value 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara Pemujaan Selebriti terhadap Pembelian Impulsif yang artinya semakin tinggi Pemujaan Selebriti maka semakin tinggi perilaku Pembelian Impulsif begitupun sebaliknya. Hasil koefisien $\beta_2 = -0,138$ dengan probability value 0,027 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif signifikan antara Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif yang artinya semakin rendah Regulasi Diri maka semakin tinggi perilaku Pembelian Impulsif individu begitupun sebaliknya.