

LAPORAN SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA
PENGGEAR *K-POP***

Andhita Christie Harsono

18.E1.0076



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024

**HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA PENGGEAR K-POP**

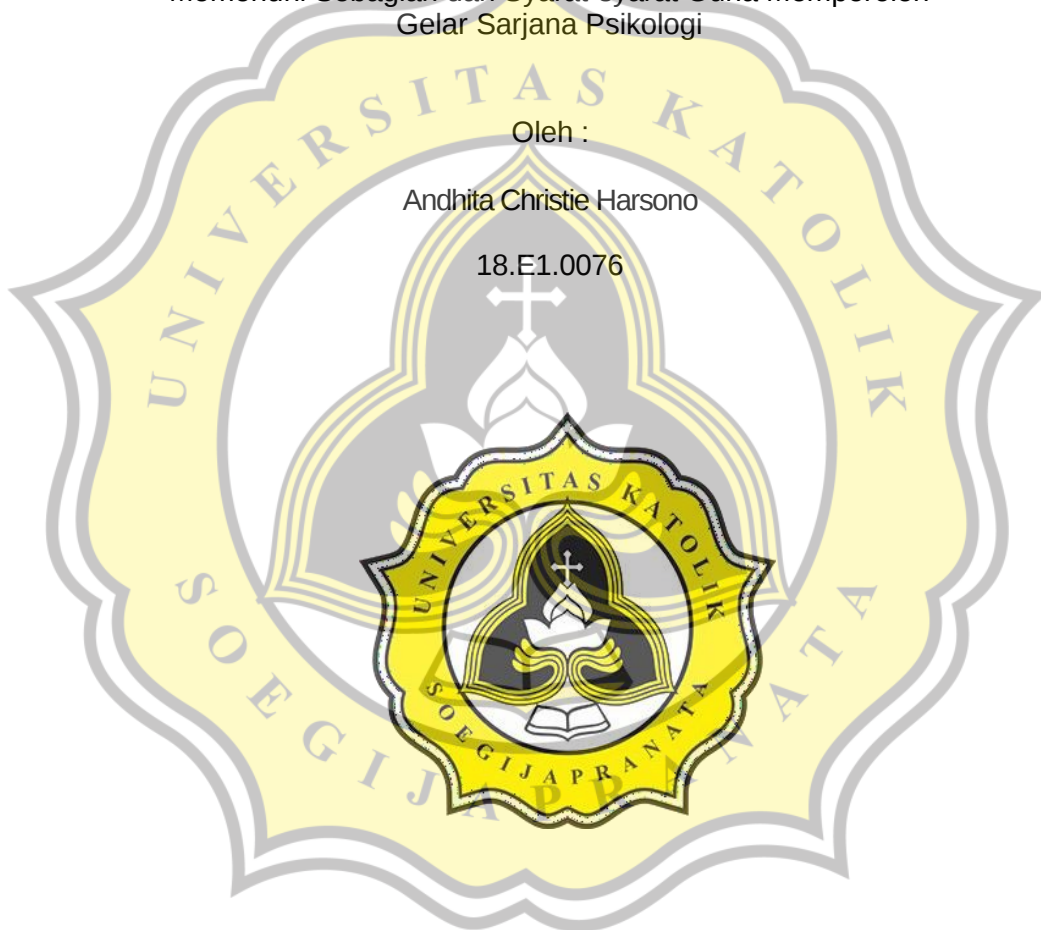
SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima Untuk
Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Psikologi

Oleh :

Andhita Christie Harsono

18.E1.0076

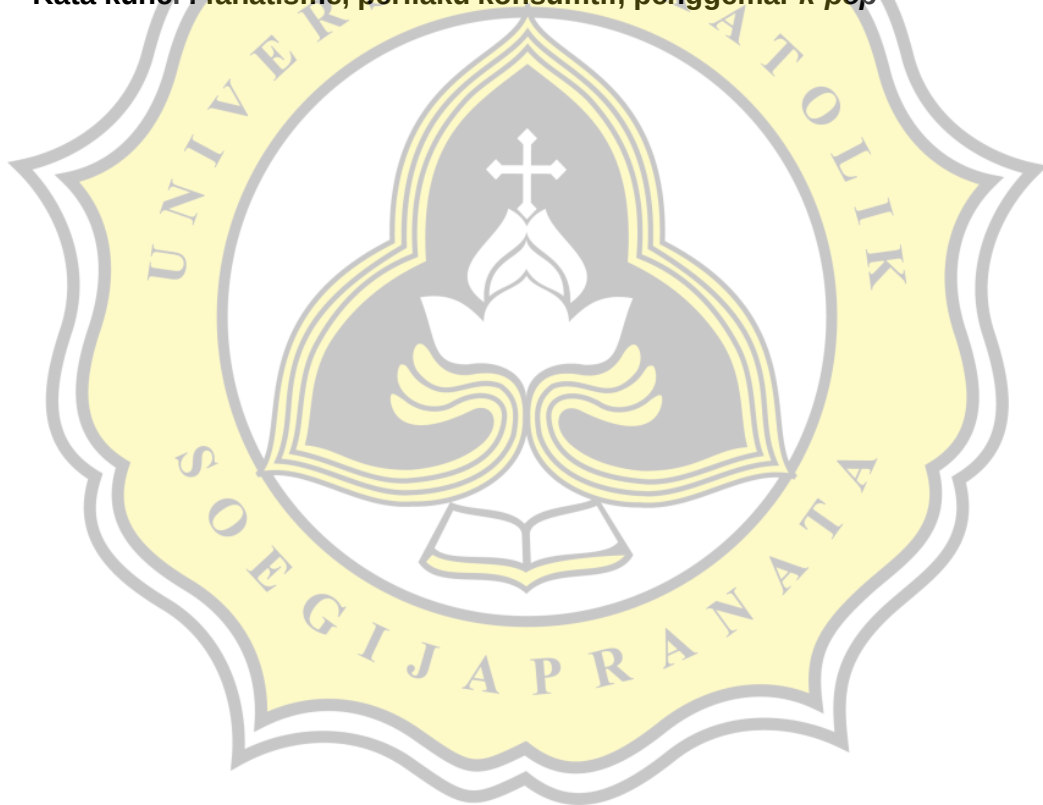


PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada penggemar *K-Pop*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “ada hubungan positif antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada penggemar *K-Pop*”. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional. Subjek penelitian adalah penggemar *K-Pop* yang berdomisili di Semarang. Penelitian ini dilakukan pada 100 subjek yang berumur 18-25 tahun. Alat ukur yang digunakan adalah skala fanatisme dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data menggunakan Teknik korelasi *Spearman Rho*. Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif sangat signifikan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada penggemar *K-Pop* ditunjukkan dari $\rho = 0,528$ ($p < 0,01$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima.

Kata kunci : fanatisme, perilaku konsumtif, penggemar *k-pop*



Abstract

This study aims to determine the relationship between fanaticism and consumer behavior in K-Pop fans. The hypothesis proposed in this study is "there is a positive relationship between fanaticism and consumer behavior in K-Pop fans". The research method used is quantitative correlational. The subjects of the study were K-Pop fans who live in Semarang. This study was conducted on 100 subjects aged 18-25 years. The measuring instruments used were the fanaticism scale and the consumer behavior scale. The data analysis technique used the Spearman Rho correlation technique. The results showed a very significant positive correlation between fanaticism and consumer behavior in K-Pop fans as shown by $\rho = 0.528$ ($p < 0.01$). These results indicate that the research hypothesis is accepted.

Keywords: **fanaticism, consumer behavior, K-pop fans**

