

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PEMBELIAN KOMPULSIF
PADA ANGGOTA KOMUNITAS WANNABLE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

MARETADIKA NURUL KAROMAH

NIM. 20141663017

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURABAYA
2018**

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PEMBELIAN
KOMPULSIF PADA ANGGOTA KOMUNITAS WANNABLE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surabaya Untuk
Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi



Oleh :

MARETADIKA NURUL KAROMAH
NIM. 20141663017

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Maretadika Nurul Karomah

NIM : 20141663017

Fakultas : Fakultas Psikologi

Program Studi : SI Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dengan Pembelian Kompulsif

Pada Anggota Komunitas Wannable Di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri dan bukan jiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 03 September 2018



Maretadika Nurul Karomah

NIM. 20141663017

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PEMBELIAN
KOMPULSIF PADA ANGGOTA KOMUNITAS WANNABLE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

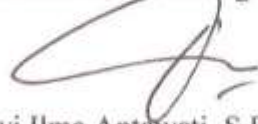
Maretadika Nurul Karomah

NIM. 20141663017

Disetujui untuk diuji :

Surabaya, 03 September 2018

Dosen Pembimbing Utama



Dewi Ilma Antawati, S.Psi, M.Psi,
Psikolog

Dosen Pembimbing Pendamping



Rinanti Resmadewi, S.Psi, M.Psi,
Psikolog

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2018

**HUBUNGAN ANTARA *CELEBRITY WORSHIP* DENGAN PEMBELIAN
KOMPULSIF PADA ANGGOTA KOMUNITAS WANNABLE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Maretadika Nurul Karomah

NIM. 20141663017

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surabaya dan Diterima untuk Memenuhi
Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi.

Pada Tanggal

Surabaya, 06 September 2018

Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surabaya



Dra. Wiwik Juwarini Prihastiwi, M.Si

Dewan Penguji:

Ketua : Agus Poerwanto, S.Psi, M.Kes
Anggota 1 : Dewi Ilma Antawati, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Anggota 2 : Rinanti Resmadewi, S.Psi, M.Psi, Psikolog

()
()
()

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat, hidayah beserta karunia-Nya dan salam selalu tercurah pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW tanpa terputus khususnya kepada penulis, terlebih selama proses penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada anggota komunitas wannable di Surabaya”.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada anggota komunitas wannable di Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Skripsi ini diajukan dan disusun dalam rangka memenuhi ujian akhir S1 Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Demikian pengantar sederhana dari peneliti semoga berkesan dihati pembaca dan tentu saja dapat memberi manfaat bagi semuanya.

Surabaya, 06 September 2018

Peneliti

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan berupa nikmat, iman dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan Pembelian Kompulsif pada Anggota Komunitas Wannable di Surabaya”. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan dan dukungan dari semua pihak yang selama ini dengan tulus dan ikhlas membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi.

Dengan hati yang tulus pula penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat, nikmat dan kesehatan jasmani dan rohani, serta memberikan kekuatan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga yang tersayang dan tercinta Ayah Edy Mintarso (Alm), Ibuk Zulaikah, Om To, Mbah Ti Samining, Mbah Kung Taat Tjipto Utomo yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untuk peneliti, serta adek-adeku tersayang Fuddin dan Hakim yang senantiasa menghibur penulis.
3. Bapak Dr. dr. Sukadiono., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Dra. Wiwik Juwarini Prihastiwi., M.Si sebagai Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

5. Ibu Dewi Ilma Antawati, S.Psi, M.Psi sebagai Dosen pembimbing pertama yang dengan penuh kesabaran dan telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran selama proses menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Rinanti Resmadewi, S.Psi, M.Psi sebagai Dosen pembimbing kedua yang dengan penuh perhatian, kesabaran, dan telah meluangkan waktu membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak Agus Poerwanto, S.Psi, M.Kes sebagai Dosen pengajar mata kuliah sekaligus menjadi Bapak serta kawan bercanda yang membagii ilmu kehidupan dan tak henti-hentinya memberi semangat, arahan dan segala macam bantuan serta curahan doa yang tiada ujung.
8. Ibu Hetty Murdiyani, S.Psi, M.Kes sebagai Dosen pengajar mata kuliah dan sekaligus sebagai dosen pembimbing akademik selama di bangku perkuliahan, yang memberikan motivasi, dan memberikan banyak pengetahuan mengenai psikologi kepada penulis.
9. Ibu Fety Khosianah, S.Psi, M.Psi, Psi, sebagai Dosen pengajar mata kuliah yang senantiasa memberikan mata kuliah dengan metode-metode yang menyenangkan dan memberikan banyak pengetahuan mengenai psikologi kepada penulis.
10. Ibu Dra. Siti Atiyyatul Fahiroh, M.si sebagai Dosen yang pengajar yang telaten, sabar, dan banyak memberikan pengetahuan psikologi kepada penulis.

11. Mbak Izza dan Bu Nur sebagai Admin Fakultas Psikologi yang selalu direpotkan oleh peneliti dalam hal pembuatan surat dan informasi-informasi mengenai perkuliahan.
12. Segenap keluarga “PSIKOPATBELAS” angkatan 2014 yang tak bisa disebutkan satu-persatu yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. teruntuk “Konsulat” ku Dili dan Ainun yang selalu memberikan wejangan hidup yang amat berarti, meskipun punya kesibukan masing-masing namun selalu bisa menjadi “Rumah” bagiku.
14. Teman-teman seperjuangan hidup di “Kampung Nan Damai” Belladina, Lulu, Zulfianadina yang telah mengajari, membimbing dan selalu memberi motivasi yang lebih untuk semakin memperbaiki diri.
15. Adeku tersayang Tia, Arin, Riris, Mbak Lia, Kak Qudus, Mbak Rya, Mbak Puspa, Mbak Fara, yang telah banyak membantu, memberi dukungan, semangat dan saran selama proses penyelesaian skripsi.
16. Teruntuk “Yakk” Impy, Putri, Yaumy, Alfahrun, Hafiz yang menemani hidup selama menjadi mahasiswa yang mengajarkan banyak arti kedewasaan.
17. Teman “KKN” 18 Nadya, Devi, Melati yang senantiasa memberikan banyak ilmu tentang agama, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
18. Komunitas Wannable Surabaya yang telah banyak berbagi kebahagiaan bersama dan yang telah banyak membantu sebagai subjek penelitian ini.

19. Teruntuk Wanna One yang memberikan semangat lewat lagu-lagunya yang amat berarti, dan membagi banyak kisah hidup yang memotivasi penulis untuk lebih menghargai akan hidup yang lebih bermanfaat.

Serta pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga amal kebaikan semua mendapat imbalan pahala dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu psikologi.

Surabaya, 03 September 2018

Peneliti

MOTTO

**“ NO MATTER HOW YOU FEEL, GET UP, DRESS UP,
SHOW UP, AND NEVER GIVE UP! ”**

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------|-----|
| Halaman Judul..... | i |
| Kata Pengantar | ii |
| Halaman Persetujuan..... | iii |
| Halaman Pengesahan | iv |
| Surat Pernyataan..... | v |
| Ucapan Terima Kasih..... | vi |
| Abstrak | x |
| Abstract | xi |
| Daftar Isi..... | xii |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Gambar..... | xv |
| Daftar Lampiran | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan Penelitian | 11 |

| | |
|-----------------------------|----|
| D. Manfaat Penelitian | 11 |
|-----------------------------|----|

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| A. Dewasa Awal | 13 |
| 1. Definisi Dewasa Awal..... | 13 |
| 2. Karakteristik Dewasa Awal..... | 15 |
| 3. Ciri-Ciri Dewasa Awal..... | 18 |
| 4. Tugas Perkembangan Dewasa Awal..... | 20 |
| 5. Teori Perkembangan Dewasa Awal | 21 |
| B. Komunitas | 24 |
| 1. Definisi Komunitas | 24 |
| 2. Komponen Komunitas..... | 25 |
| 3. Faktor Komunitas..... | 25 |
| C. Pembelian Kompulsif..... | 26 |
| 1. Definisi Pembelian Kompulsif..... | 26 |
| 2. Karakteristik Pembelian Kompulsif..... | 28 |
| 3. Aspek Pembelian Kompulsif..... | 29 |
| 4. Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Kompulsif | 31 |
| D. <i>Celebrity Worship</i> | 32 |
| 1. Definisi <i>Celebrity Worship</i> | 32 |
| 2. Aspek-aspek <i>Celebrity Worship</i> | 34 |
| 3. Faktor <i>Celebrity Worship</i> | 36 |
| 4. Dampak <i>Celebrity Worship</i> | 37 |

| | |
|--|----|
| E. Hubungan Antara <i>Celebrity Worship</i> dengan Pembelian Kompulsif | 38 |
| F. Kerangka Konseptual | 41 |
| G. Hipotesis..... | 42 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Desain Penelitian..... | 43 |
| B. Identifikasi Variabel Penelitian..... | 43 |
| C. Definisi Operasional..... | 44 |
| 1. Pembelian Kompulsif..... | 44 |
| 2. <i>Celebrity Worship</i> | 44 |
| D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 45 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 46 |
| F. Validitas dan Reabilitas..... | 49 |
| G. Analisis Data | 51 |
| H. Kerangka Kerja | 55 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Pelaksanaan Penelitian | 56 |
| 1. Gambaran Umum Tempat Penelitian..... | 56 |
| 2. Gambaran Umum Subjek Penelitian..... | 57 |
| B. Validitas dan Reabilitas Alat Ukur | 57 |
| 1. Uji Validitas Alat Ukur | 57 |
| 2. Uji Reliabilitas Alat Ukur | 59 |
| C. Hasil Uji Asumsi | 61 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Uji Normalitas Data | 61 |
| 2. Hasil Uji Linearitas Data..... | 62 |
| D. Hasil Uji Hubungan | 63 |
| E. Hasil Uji Kategorisasi Jenjang..... | 65 |
| F. Pembahasan..... | 68 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 72 |
| B. Saran..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Skor Skala Likert | 47 |
| Tabel 3.2 <i>Blue Print</i> Pembelian Kompulsif | 47 |
| Tabel 3.3 <i>Blue Print Celebrity Worship</i> | 48 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin | 57 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Penelitian Berdasarkan Usia | 57 |
| Tabel 4.3 Distribusi Aitem Pembelian Kompulsif | 58 |
| Tabel 4.4 Distribusi Aitem <i>Celebrity Worship</i> | 59 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Pembelian Kompulsif | 60 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas <i>Celebrity Worship</i> | 60 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas | 61 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas | 62 |
| Tabel 4.9 Tabel Uji Hubungan..... | 64 |
| Tabel 4.10 Kategorisasi Data Pembelian Kompulsif | 66 |
| Tabel 4.11 Kategorisasi Data <i>Celebrity Worship</i> | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konsep | 41 |
| Gambar 3.1 Kerangka Kerja | 55 |
| Gambar Q-Q Plot Skala Pembelian Kompulsif | 101 |
| Gambar Q-Q Plot Skala Celebrity Worship..... | 102 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 : Tabulas Data Pembelian Kompulsif..... | 81 |
| Lampiran 2 : Tabulasi Data <i>Celebrity Worship</i> | 85 |
| Lampiran 3 : Validitas dan Reliabilitas Pembelian Kompulsif..... | 89 |
| Lampiran 4 : Validitas dan Reliabilitas <i>Celebrity Worship</i> | 95 |
| Lampiran 5 : Uji Normalitas Pembelian Kompulsif dan <i>Celebrity Worship</i> | 100 |
| Lampiran 6 : Uji Linearitas Variabel <i>Celebrity Worship</i> dengan Pembelian Kompulsif | 103 |
| Lampiran 7 : Hasil Analisis Data | 104 |
| Lampiran 8 : Kuesioner..... | 105 |
| Lampiran 9 : Dokumentasi penelitian..... | 103 |
| Lampiran 10 : Surat Bebas Plagiasi | |
| Lampiran 11 : Surat Permohonan Penelitian | |
| Lampiran 12 : Surat Ijin Penelitian | |
| Lampiran 13 : Kartu Konsultasi Skripsi | |
| Lampiran 14 : Endorsement Letter | |

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, S. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Celebrity Worship Dan Kepribadian Big Five Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Penggemar Jkt48 Di Jabodetabek* (Bachelor's Thesis, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Psikologi).
- Ariesta, (2016). *Kamu Seorang K-Popers? Hitung Yuk Biaya Yang Sudah Dikeluarkan.* Diunduh Pada Tanggal 30 April 2018 Dari <https://www.cekaja.com/info/kamu-seorang-k-popers-hitung-yuk-biaya-yang-sudah-dikeluarkan/>
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashe, D. D., & Mccutcheon, L. E. (2001). Shyness, Loneliness, And Attitude Toward Celebrities. *Current Research In Social Psychology*, 6(9), 124-133.
- Asmarahadi, (2017). *Fanatisme Fans K-Pop: Candu Dan Bumbu Remaja.* Diunduh Pada Tanggal 30 April 2018 Dari <https://kumparan.com/@kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>
- Azwar, Saifuddin., (2015). *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Boon, S. D., & Lomore, C. D. (2001). Admirer-Celebrity Relationships Among Young Adults: Explaining Perceptions Of Celebrity Influence On Identity. *Human Communication Research*, 27(3), 432-465.
- Boundy, D. (2000). When Money Is The Drug. *I Shop, Therefore I Am: Compulsive Buying And The Search For Self*, 3-26.
- Cheung, C. -K., & Yue, X.D. (2003). Identity Achievement And Idol Worship Among Teenagers In Hong Kong. *International Journal Of Youth And Adolescence*, 11, 1-26
- Cohen, B. J. (1992). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Pt Rineka Cipta.
- Crow, G., & Allen, G. (1994). *Community Life: An Introduction To Local Social Relations*. Harvester Wheatsheaf: Hemel Hempstead, New York, Usa
- Dariyo, Agoes. (2003). *Psikologi Perkembangan Dewasa Muda*. Jakarta : Pt. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Desarbo, W. S., & Edwards, E. A. (1996). Typologies Of Compulsive Buying Behavior: A Constrained Clusterwise Regression Approach. *Journal Of Consumer Psychology*, 5(3), 231-262.

- Ditasari, V., (2014), “Pengaruh *Materialism Happiness, Materialism Centrality Dan Materialism Success Terhadap Impulsive Buying Behavior Dan Efeknya Pada Compulsive Buying Behavior*”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ditmar, H., & Drurury, J. (2000). Self-Image-Is It In The Bag? A Qualitative Comparison Between “Ordinary” And “Excessive” Consumers. *Journal of Economic Psychology*, 21(2).
- Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The Relational View: Cooperative Strategy And Sources Of Interorganizational Competitive Advantage. *Academy Of Management Review*, 23(4), 660-679.
- Dyson, A., & Turco, D. (1998). The state of celebrity endorsement in sport. *Cyber-Journal of Sport Marketing*, 2(1), 9-21.
- Edwards, E. A. (1993). Development Of A New Scale For Measuring Compulsive Buying Behavior. *Financial Counseling And Planning*, 4(1), 67-84.
- Engle, Y., & Kasser, T. (2005). Why Do Adolescent Girls Idolize Male Celebrities?. *Journal Of Adolescent Research*, 20(2), 263-283.
- Faber, R. J., & Christenson, G. A. (1996). In The Mood To Buy: Differences In The Mood States Experienced By Compulsive Buyers And Other Consumers. *Psychology & Marketing*, 13(8), 803-819.
- Faber, R. J., O'guinn, T. C., & Krych, R. (1987). *Compulsive Consumption*. Acr North American Advances.
- Fromm, A. (1967). *Ability To Love*. New York: Farrar, Stress, & Girous
- Hirschman, E. C. (1992). The Consciousness Of Addiction: Toward A General Theory Of Compulsive Consumption. *Journal Of Consumer Research*, 19(2), 155-179.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication And Para-Social Interaction: Observations On Intimacy At A Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Rehidupan)* Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kertajaya, H. (2008). *Arti Komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kharis, I. F., & Indriani, F. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (Studi Kasus Di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang)* (Doctoral Dissertation, Universitas Diponegoro).

- Koran, L. M. (2006). Estimated Prevalence Of Compulsive Buying Behavior In United States. *The American Journal Of Psychiatry*, 1806-1829.
- Krueger, D.W. (1988). On Compulsive Shopping And Spending: A Psychodynamic Inquiry. *American Journal Of Psychotherapy*, 42: 574-583
- Kurnia, R. (2013). *Pengaruh Nilai Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Produk Private Label Makanan Dan Toiletis Giant Pekanbaru*.
- Kurniawan, F. Y., & Suparna, G. (2012). Peran Kepemilikan Kartu Kredit Dalam Memoderasi Pengaruh Kontrol Diri Dan Atmosfer Gerai Terhadap Perilaku Belanja Kompulsif Konsumen Pakaian Di Kuta. *Jurnal Ekonomi Universitas Udayana*. Bali.
- Larasati, M. A. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*., 2(3).
- Liu, J. K. K. (2013). Idol Worship, Religiosity, And Self-Esteem Among University And Secondary Students In Hong Kong.
- Maltby, J. (2000). *Prayer Book And People In Elizabethan And Early Stuart England*. Cambridge University Press.
- Maltby, J., & Liz Day (2011). Celebrity Worship And Incidence Of Elective Cosmetic Surgery: Evidence Of A Link Among Young Adults. *Journal Of Adolescent Health*, 49(5), 483-489.
- Maltby, J., Day, L., Mccutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme Celebrity Worship, Fantasy Proneness And Dissociation: Developing The Measurement And Understanding Of Celebrity Worship Within A Clinical Personality Context. *Personality And Individual Differences*, 40(2), 273-283.
- Maltby, J., Day, L., Mccutcheon, L. E., Martin, M. M., & Cayanus, J. L. (2004). Celebrity Worship, Cognitive Flexibility, And Social Complexity. *Personality And Individual Differences*, 37(7), 1475-1482.
- Manusov, V., & Harvey, J. H. (Eds.). (2001). *Attribution, Communication Behavior, And Close Relationships*. Cambridge University Press.
- Mappiare, A. (1983). *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Usaha Nasional.
- Mccutcheon, L., Lange, R., Dan Houran, J. (2002). Conceptualization And Measurement Of Celebrity Worship. *British Journal Of Psychology Vol 93*, Hal. 67-87.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Naomi, Prima & Lin Mayasari (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Siswa Sma Dalam Berperilaku Pembelian Kompulsif: Perspektif Psikologi. *Jurnal Manajemen Universitas Paramadina Jakarta*
- Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- O'guinn, T., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenomenological Exploration. *The Jurnal Of Consumer Research* Vol. 19 , 147-157
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human Development* (Perkembangan Manusia Edisi 10 Buku 2). Jakarta: Salemba Humanika.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas Dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave (Penelitian Pada Komunitas Super Junior Fans Club Elf "Ever Lasting Friend") Di Samarinda. *Jurnal Psikologi* , 1(2), 157-166.
- Puspa, Y. A., & Dahlan, F. P. U. A. Manfaat Berpikir Positif Bagi Anggota Komunitas Kusir Andong Di Yogyakarta.
- Raeni, Dwi Santy (2011). *Pengaruh Kepribadian (The Big Five Personality), Dan Materialisme Konsumen Terhadap Pembelian Impulsif Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Pembelian Kopulsif Pada Pengunjung Mall Di Kota Bandung*. November. P.1-30, P.125-129.
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent Idolization Of Pop Singers: Causes, Expressions, And Reliance. *Journal Of Youth And Adolescence*, 25(5), 631-650.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity Worship, Materialism, Compulsive Buying, And The Empty Self. *Psychology & Marketing*, 29(9), 674-679.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive Buying Among Cellege Students:An Investigation Of Its Antendents, Consequances And Implication For Publict Policy. *The Journal Of Consumer Affair* , 295.
- Ronald J, F., O'guinn, T., & Krych, R. (1987). Compulsive Consumption. *Advances In Consumer Research* , 132-135.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences On Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Consumer Research*, 22(3), 305-313.
- Santrock, J. W. (1999) *Life Span Development. 7th Edition*. Boston. Mc Graw.

- Santrock, J.W. (2002). *Life Span Development Of In Adulthood: Postmal Thought And Its Applications*. Springer Science & Business Media.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior, 7th*. Ny: Prentice Hall, 15-36.
- Sinnott, J. (1998). *The Development Of Logic In Adulthood: Postformal Thought And Its Applications*. Springer Science & Business Media.
- Sinnott-Amstrong, W., & Timmons , M. (1996). *Moral Knowledge New Readings In Moral Epistemology*. Oxford University Press, Usa
- Solomon, M.R. & Rabolt, N.J (2009) *Consumer Behaviour In Fashion. Pretice Hall, Upper Saddle River, Nj.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, P. N., Aprilia, O., & Poetra, M. D. P. (2012). Proyek Akhir: Desain Dan Cetak Kemasan Donat Maya Bakery Dalam Meningkatkan Nilai Jual Produksi.
- Thomas C, O., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Expiration. *The Journal Of Consumer Research*, 147-157.
- Titin Ekowati. (2009). Compulsive Buying: Tinjauan Pemasar Dan Psikolog. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol.3 No.1, Hal:55-58. Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Turner, J. S., & Helms, D. B. (1995). *Human Development*. New York: Mcgraw-Hill
- Utomo, J. (2016). Makna Perilaku Simbolik Pada Komunitas Motor Di Kota Kendari (Studi Komunikator Pada Komunitas Motor Triple 'C' di Kota Kendari). *Journal Ilmu Komunikasi Uho*, 1(2).
- Valence, G., D'astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive Buying: Concept And Measurement. *Journal Of Consumer Policy* , 419-433.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. *European Journal Of Personality*, 15(S1).
- Wahyuni, N. D. (2015). *Pendapatan Warga Indonesia Dibawah Standart Dunia*. Diunduh Pada 27 Juli 2018 Dari [Http://Bisnis.Liputan6.Com/Read/2179630/Pendapatanorang-Indonesia-Di-Bawah-Standar-Dunia](http://Bisnis.Liputan6.Com/Read/2179630/Pendapatanorang-Indonesia-Di-Bawah-Standar-Dunia)
- Wenger, E., Mcdermott, R. A., & Snyder, W. (2002). *Cultivating Communities Of Practice: A Guide To Managing Knowledge*. Harvard Business Press.

- Whitney, J., & Eisler, I. (2005). Theoretical And Empirical Models Around Caring For Someone With An Eating Disorder: The Reorganization Of Family Life And Inter-Personal Maintenance Factors. *Journal Of Mental Health, 14*(6), 575-585.
- Young, S. M., & Pinsky, D. (2006). Narcissism And Celebrity. *Journal Of Research In Personality, 40*(5), 463-471.
- Zuliarni, S., & Manalu, A. (2014). Persepsi Konsumen Perempuan pada Risiko Pembelian (Implikasi Penerapan Strategi Bersaing Private Label pada Giant Hypermarket Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 1*(2).