

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Variabel *celebrity worship* didominasi pada kategori sedang sebesar 57%, diikuti kategori tinggi sebesar 35% dan rendah sebesar 8%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat keterikatan terhadap idola pada taraf yang cukup.
2. Variabel harga diri didominasi pada kategori sedang sebesar 62%, diikuti kategori tinggi sebesar 34% dan rendah sebesar 14%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penilaian diri yang cukup baik.
3. Variabel *compulsive buying* didominasi pada kategori sedang sebesar 62%, diikuti kategori tinggi sebesar 34% dan rendah sebesar 4%, yang menunjukkan bahwa kecenderungan pembelian kompulsif responden berada pada tingkat sedang.
4. Terdapat hubungan positif yang kuat dan signifikan antara *celebrity worship* dengan *compulsive buying* ($r = 0,634$; $p = 0,000$), yang berarti semakin tinggi *celebrity worship* maka semakin tinggi kecenderungan *compulsive buying*.
5. Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan *compulsive buying* ($r = -0,149$; $p = 0,006$), dengan kekuatan hubungan yang sangat rendah, yang menunjukkan bahwa semakin rendah harga diri maka semakin tinggi kecenderungan *compulsive buying*.
6. Secara simultan, *celebrity worship* dan harga diri berpengaruh signifikan terhadap *compulsive buying* ($F = 121,090$; $p = 0,000$) dengan nilai R Square sebesar 0,415, yang berarti kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 41,5% variasi *compulsive buying*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan keterbatasan yang ada, maka peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Subjek

Subjek disarankan untuk lebih menyadari bahwa keterikatan terhadap idola (*celebrity worship*) dapat memengaruhi kecenderungan perilaku pembelian kompulsif. Oleh karena itu, subjek perlu mengenali pola pembelian yang didorong oleh emosi. Secara konkret, subjek dapat mengelola keuangan dengan membuat anggaran, membatasi pembelian, serta membedakan kebutuhan dan keinginan. Selain itu, subjek dapat meningkatkan kontrol diri dengan menunda dan mempertimbangkan pembelian. Subjek juga disarankan membangun harga diri yang lebih sehat dengan mengembangkan potensi diri dan tidak menjadikan kepemilikan merchandise sebagai sumber utama penilaian diri.

2. Bagi Institusi

Institusi pendidikan disarankan untuk mengembangkan program edukasi yang aplikatif, seperti pelatihan literasi keuangan, manajemen emosi, dan penguatan konsep diri bagi siswa atau mahasiswa. Sementara itu, layanan psikologi disarankan untuk menyediakan layanan konseling dan psikoedukasi yang berfokus pada pengelolaan perilaku konsumtif, peningkatan kontrol diri, serta penguatan harga diri, khususnya pada individu yang memiliki keterikatan tinggi terhadap idola. Program preventif juga dapat dikembangkan untuk membantu individu mengelola pengaruh *celebrity worship* secara lebih adaptif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti metode kualitatif atau *mixed methods*, agar dapat menggali lebih dalam dinamika psikologis penggemar dalam melakukan pembelian kompulsif. Penelitian juga dapat diperluas pada subjek dengan karakteristik yang berbeda, tidak hanya penggemar K-Pop, tetapi juga fandom lain atau kelompok usia yang berbeda. Selain itu, diharapkan dapat

memperluas kajian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *compulsive buying*, seperti kontrol diri, gaya hidup, atau pengaruh media sosial, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.