



LAMPIRAN

Lampiran 1 Alat Ukur Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS)

No	Dimensi Aitem	Pernyataan Versi Inggris Verplanken & Herabadi, (2001)	Pernyataan Versi Indonesia Permatasari, (2018)
1	Aspek Kognitif	I usually think carefully before I buy something.	Saya biasanya berpikir terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu
2		I usually only buy things that I intended to buy.	Biasanya saya hanya membeli barang yang saya rencanakan
3		If I buy something, I usually do that spontaneously.	Jika saya membeli sesuatu, biasanya saya melakukannya tanpa perencanaan
4		Most of my purchases are planned in advance.	Sebagian besar pembelian telah saya rencanakan
5		I only buy things that I really need.	Saya hanya membeli barang-barang yang sangat saya butuhkan
6		It is not my style to just buy things.	Bukan gaya saya untuk membeli barang tanpa perencanaan
7		I like to compare different brands before I buy one.	Saya suka membandingkan berbagai merek sebelum saya membelinya
8		Before I buy something I always carefully consider whether I need it	Sebelum saya membeli sesuatu saya selalu hati-hati mempertimbangkan apakah saya membutuhkannya
9		I am used to buying things on the spot.	Apabila saya suka pada suatu barang di toko, saya akan membelinya pada saat itu juga
10		I often buy things without thinking.	Saya sering membeli barang tanpa berpikir
11	Aspek Afektif	It is a struggle to leave nice things I see in a shop.	Saya susah melewati begitu saja produk yang terlihat menarik di toko
12		I sometimes cannot suppress the feeling of wanting to buy something.	Saya tidak bisa menahan perasaan untuk membeli sesuatu yang saya lihat di toko
13		I sometimes feel guilty after having bought something.	Terkadang saya merasa bersalah setelah membeli sesuatu
14		I'm not the kind of person who falls in love at first sight with things I see in shops.	Saya bukan tipe orang yang langsung menyukai pada pandangan pertama dengan hal-hal yang saya lihat di toko

15	I can become very excited if I see something I would like to buy.	Saya bisa menjadi sangat senang jika melihat sesuatu yang ingin saya beli
16	I always see something nice whenever I pass by shops.	Saya selalu melihat sesuatu yang menarik kapanpun saya melewati toko
17	I find it difficult to pass up a bargain.	Saya merasa sulit untuk melewatkan penawaran (diskon)
18	If I see something new. I want to buy it.	Jika saya melihat sesuatu yang baru, saya ingin membelinya
19	I am a bit reckless in buying things.	Saya tidak berpikir terlebih dahulu (ceroboh) dalam membeli
20	I sometimes buy things because I like buying things, rather than because I need them.	Saya membeli sesuatu karena saya suka berbelanja, bukan karena saya membutuhkannya

Lampiran 2 Alat Ukur Celebrity Worship Scale (CAS)

No	Dimensi Aitem	Pernyataan Versi Indonesia
4.	<i>Entertainment-Social</i>	Saya dan teman-teman saya suka membicarakan tentang apa yang dilakukan oleh artis k-pop favorit saya
6.		Salah satu alasan utama saya mempertahankan minat pada artis k-pop favorit saya adalah karena hal itu memberi saya pelarian sementara dari permasalahan hidup
9.		Saya menikmati menonton, membaca, dan mendengarkan artis k-pop favorit saya karena itu merupakan waktu yang menyenangkan
13.		Saya suka berbicara dengan orang lain yang mengagumi artis k-pop favorit saya
15.		Mempelajari kisah hidup dari artis k-pop favorit saya sangatlah menyenangkan
18.		Sungguh menyenangkan bisa bersama dengan orang lain yang juga menyukai artis k-pop favorit saya
21.		Saya suka menonton dan mendengarkan tentang artis k-pop favorit saya ketika saya sedang bersama dengan banyak orang
22.		Mengikuti berita tentang artis k-pop favorit saya adalah hobi yang menghibur
1.		Jika saya bertemu langsung dengan artis k-pop favorit saya, mereka pasti sudah tahu bahwa saya adalah penggemar beratnya
2.		Saya memiliki ikatan khusus dengan artis k-pop favorit saya yang tidak dapat dijelaskan dengan kata-kata
3.	<i>Intense-Personal</i>	Saya terobsesi dengan seluk-beluk kehidupan artis k-pop favorit saya
5.		Ketika sesuatu yang baik terjadi pada artis k-pop favorit saya, saya merasa seperti hal itu terjadi pada saya
7.		Saya punya foto-foto dan/atau souvenir dari artis k-pop favorit saya yang selalu saya simpan di tempat yang sama persis
8.		Kesuksesan artis k-pop favorit saya adalah kesuksesan saya juga
10.		Saya menganggap artis k-pop favorit saya adalah belahan jiwa saya
11.		Saya sering memikirkan tentang artis k-pop favorit saya, meskipun ketika saya tidak ingin melakukannya

12. Ketika anggota artis k-pop favorit saya meninggal, saya merasa seperti ingin mati juga
14. Ketika sesuatu yang buruk terjadi pada artis k-pop favorit saya, saya merasa hal itu terjadi pada saya
19. Saat artis k-pop favorit saya mengalami kegagalan dalam suatu hal, saya sendiri merasa gagal
16. Saya merasa harus mempelajari kebiasaan pribadi dari artis k-pop favorit saya
17. Jika saya cukup beruntung untuk dapat bertemu dengan artis k-pop favorit saya, dan dia meminta bantuan saya untuk melakukan sesuatu yang ilegal, saya mungkin akan melakukannya
20. Jika seseorang memberikan saya puluhan juta rupiah untuk digunakan sesuka saya, saya akan mempertimbangkan untuk membelanjakannya pada milik pribadi (seperti serbet atau piring kertas) yang pernah digunakan oleh selebriti K-Pop favorit saya
-

Borderline-Pathological

Penelitian Kalangan Generasi Z Penggemar KPOP

Soal 1 dari 10

Kuesioner Generasi Z Penggemar KPOP

Kelompok Pengkaji: Nisa Nurul Huda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat dan sikap generasi Z terhadap KPOP. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat dan sikap generasi Z terhadap KPOP. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat dan sikap generasi Z terhadap KPOP.

Soal 1 dari 10

1. Apakah Anda bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 2 dari 10

IDENTITAS DAN RESPONSI

Soal 2 dari 10

1. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 3 dari 10

2. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 4 dari 10

3. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 5 dari 10

4. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 6 dari 10

5. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 7 dari 10

6. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 8 dari 10

7. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 9 dari 10

8. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 10 dari 10

9. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 11 dari 10

INFORMASI KESEHATAN TERHADAP KPOP

Soal 11 dari 10

1. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 12 dari 10

2. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 13 dari 10

3. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 14 dari 10

4. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 15 dari 10

5. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 16 dari 10

6. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 17 dari 10

7. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 18 dari 10

8. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 19 dari 10

9. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 20 dari 10

10. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 21 dari 10

Bagaimana Anda menjadi penggemar KPOP?

Soal 21 dari 10

1. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 22 dari 10

2. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 23 dari 10

3. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 24 dari 10

4. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 25 dari 10

5. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 26 dari 10

6. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 27 dari 10

7. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 28 dari 10

8. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 29 dari 10

9. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 30 dari 10

10. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 31 dari 10

Apakah Anda Menyukai Merchandise KPOP?

Soal 31 dari 10

1. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 32 dari 10

2. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 33 dari 10

3. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 34 dari 10

4. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 35 dari 10

5. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 36 dari 10

6. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 37 dari 10

7. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 38 dari 10

8. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 39 dari 10

9. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Soal 40 dari 10

10. Apakah Anda bersedia untuk mengidentifikasi diri Anda dengan nama yang sebenarnya?

☐ Ya

☐ Tidak

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Terdapat pernyataan mengenai KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1:

☐ 1 - Sangat

☐ 2 - Tidak

☐ 3 - Tidak

☐ 4 - Tidak

☐ 5 - Sangat

Persepsi Anda mengenai KPDP dalam 1 tahun masa 1:

☐ 1 - Sangat

☐ 2 - Tidak

☐ 3 - Tidak

☐ 4 - Tidak

☐ 5 - Sangat

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Informasi Pendapat

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Pendapat yang Anda miliki *

Pendapat Anda mengenai KPDP dalam 1 tahun masa 1:

☐ 1 - Sangat

☐ 2 - Tidak

☐ 3 - Tidak

☐ 4 - Tidak

☐ 5 - Sangat

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

SURVEI KEPUASAN TERHADAP KPDP

Terdapat pernyataan mengenai KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1:

☐ 1 - Sangat

☐ 2 - Tidak

☐ 3 - Tidak

☐ 4 - Tidak

☐ 5 - Sangat

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

Survei Persepsi Masyarakat KPDP dalam rangka 1 tahun masa 1

8. Saya memiliki beberapa rencana, rencana, dan ide-ide yang akan saya lakukan saya lakukan
 ini merupakan salah satu yang saya rencanakan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

12. Saya menganggap akan saya lakukan saya adalah sebagai berikut ini

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

17. Saya sering memikirkan tentang akan saya lakukan saya, sehingga ketika saya tidak ingin
 melakukannya

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

12. Mengapa kisah hidup dari artis k-pop favorit saya sangat menarik? *

	1	2	3	4	5
Sangat Tidak Suka	☐	☐	☐	☐	☐
Sangat Suka					

13. Saya merasa harus menanggapi kritikan/puji dari artis k-pop favorit saya? *

	1	2	3	4	5
Sangat Tidak Suka	☐	☐	☐	☐	☐
Sangat Suka					

14. Jika saya cukup beruntung untuk dapat bertemu dengan artis k-pop favorit saya, dan dia meminta bantuan saya untuk melakukan sesuatu yang ilegal, saya mungkin akan melakukannya.

	1	2	3	4	5
Sangat Tidak Suka	☐	☐	☐	☐	☐
Sangat Suka					

15. Sangat menyenangkan bisa bertemu dengan orang lain yang juga menyukai artis k-pop favorit saya.

	1	2	3	4	5
Sangat Tidak Suka	☐	☐	☐	☐	☐
Sangat Suka					

16. Saya artis k-pop favorit saya menggunakan beberapa bahasa selain bahasa ibu saya ketika mereka tampil?

	1	2	3	4	5
Sangat Tidak Suka	☐	☐	☐	☐	☐
Sangat Suka					

[illegible][illegible]

Regen 7 dari 10

SURVEI PEMBELIAN MERCHANDISE KPOP

Terdapat sejumlah pertanyaan yang Anda harus baca dengan seksama, kemudian pilih dan klik pada jawaban yang Anda pilih. Setelah itu klik tombol Submit jawaban Anda. Setelah itu klik tombol Submit jawaban Anda.

Pada pilihan yang Anda berikan tidak terdapat pilihan salah maupun benar. Pilihan yang Anda berikan sangat benar untuk mengetahui seberapa benar jawaban dengan diri Anda. Artinya, apabila Anda sudah memberikan jawaban sesuai dengan diri Anda, maka akan ada poin 10. Sebaliknya, apabila Anda memilih jawaban yang salah maka akan ada poin minus 1. Terdapat beberapa poin akan, sebagai berikut:
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

1. Saya biasanya berpikir terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

2. Biasanya saya hanya membeli barang yang saya rencanakan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

3. Jika saya membeli sesuatu, biasanya saya melakukannya tanpa perencanaan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

10. Saya sering membeli barang tanpa berpikir *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Selesai bagian 7 - Lanjutkan ke bagian berikut

Regen 8 dari 10

SURVEI PEMBELIAN MERCHANDISE KPOP (Lanjutan)

Aturan ini merupakan lanjutan dari pertanyaan sebelumnya. Terdapat sejumlah pertanyaan yang Anda harus baca dengan seksama, kemudian pilih dan klik pada jawaban yang Anda pilih. Setelah itu klik tombol Submit jawaban Anda. Setelah itu klik tombol Submit jawaban Anda.

Pada pilihan yang Anda berikan tidak terdapat pilihan salah maupun benar. Pilihan yang Anda berikan sangat benar untuk mengetahui seberapa benar jawaban dengan diri Anda. Artinya, apabila Anda sudah memberikan jawaban sesuai dengan diri Anda, maka akan ada poin 10. Sebaliknya, apabila Anda memilih jawaban yang salah maka akan ada poin minus 1. Terdapat beberapa poin akan, sebagai berikut:
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

11. Saya suka melakukan belanja saya produk yang terlihat menarik di toko *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

12. Saya tidak bisa menahan diri untuk membeli sesuatu yang saya lihat di toko *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

4. Bagaimana cara pembelian ritel saya rencanakan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

5. Saya hanya membeli barang-barang yang sangat saya butuhkan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

6. Bahkan jika saya untuk membeli barang tanpa perencanaan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

7. Saya suka melakukan belanja barang yang saya rencanakan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

8. Sebelum saya membeli sesuatu saya selalu hati-hati memperhatikan apakah saya membutuhkannya *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

13. Terkadang saya merasa bingung setelah membeli sesuatu *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

14. Saya bukan tipe orang yang langsung membeli pada pandangan pertama dengan hal-hal yang saya lihat di toko *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

15. Saya bisa menjadi sangat senang jika melihat sesuatu yang ingin saya beli *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

16. Saya selalu melihat sesuatu yang menarik perhatian saya sebelum toko *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

17. Saya merasa sulit untuk melakukan pembelian (belanja) *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas dan Analisis Aitem Alat Ukur Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS)

Reliabilitas IBTS

Frequentist Scale Reliability Statistics

Coefficient	Estimate	Std. Error	95% CI	
			Lower	Upper
Coefficient α	0.956	0.006	0.945	0.967

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

Item	Item-rest correlation		
	Estimate	Lower 95% CI	Upper 95% CI
AF 1	0,867		
AF 10	0,797		
AF 2	0,758		
AF 3	0,830		
AF 4	0,788		
AF 5	0,710		
AF 6	0,278		
AF 7	0,797		
AF 8	0,848		
AF 9	0,748		
KOG 11	0,799		
KOG 12	0,770		
KOG 13	0,524		
KOG 14	0,633		
KOG 15	0,349		

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

Item	Item-rest correlation		
	Estimate	Lower 95% CI	Upper 95% CI
KOG 16	0,740		
KOG 17	0,323		
KOG 18	0,782		
KOG 19	0,843		
KOG 20	0,865		

Note. The analytic confidence interval is not available for the item-rest correlation.

() Reversed Item*

(-) Item Elimination

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas dan Analisis Aitem Alat Ukur Celebrity Worship Scale (CAS)

Frequentist Scale Reliability Statistics

Coefficient	Estimate	Std. Error	95% CI	
			Lower	Upper
Coefficient α	0.935	0.009	0.917	0.953

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

Item	Item-rest correlation		
	Estimate	Lower 95% CI	Upper 95% CI
BP 16	0,682		
BP 17	0,654		
BP 20	0,622		
ES 13	0,398		
ES 15	0,567		
ES 18	0,464		
ES 21	0,619		
ES 22	0,576		
ES 4	0,503		
ES 6	0,446		
ES 9	0,386		
IP 1	0,576		

Frequentist Individual Item Reliability Statistics

Item	Item-rest correlation		
	Estimate	Lower 95% CI	Upper 95% CI
IP 10	0,736		
IP 11	0,688		
IP 12	0,654		
IP 14	0,745		
IP 19	0,790		
IP 2	0,580		
IP 3	0,677		
IP 5	0,733		
IP 7	0,613		
IP 8	0,622		

Note. The analytic confidence interval is not available for the item-rest correlation.

Lampiran 6 Deskriptif Demografis Partisipan Penelitian

Frequency Tables

Frequencies for Tahun Kelahiran

Tahun Kelahiran	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1997 - 2000	48	12.403	12.403	12.403
2001 - 2004	177	45.736	45.736	58.140
2005 - 2008	73	18.863	18.863	77.003
2009 - 2012	89	22.997	22.997	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Note. The following variables have more than 10 distinct values and are omitted: Usia, Band KPOP yang digemari, Merchandise KPOP yang paling sering dibeli.

Frequencies for Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	97	25.065	25.065	25.065
Perempuan	290	74.935	74.935	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Frequencies for Berapa lama Anda menjadi penggemar KPOP?

Berapa lama Anda menjadi penggemar KPOP?	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 - 3 tahun	109	28.165	28.165	28.165
< 1 Tahun	16	4.134	4.134	32.300
> 3 Tahun	262	67.700	67.700	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Frequencies for Alasan Anda Membeli Merchandise Kpop?

Alasan Anda Membeli Merchandise Kpop?	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Koleksi	128	33.075	33.075	33.075
Lucu	46	11.886	11.886	44.961
Memenuhi emosi pribadi sesaat	179	46.253	46.253	91.214
Promo/diskon	34	8.786	8.786	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Frequencies for Frekuensi Pembelian Merchandise KPOP dalam rentang 1 tahun terakhir

Frekuensi Pembelian Merchandise KPOP dalam rentang 1 tahun terakhir	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 - 5 kali	67	17.313	17.313	17.313
11 - 15 kali	67	17.313	17.313	34.625
15 - 20 kali	29	7.494	7.494	42.119
6 - 10 kali	87	22.481	22.481	64.599
> 20 kali	137	35.401	35.401	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Frequencies for Pengeluaran untuk membeli Merchandise Kpop dalam 6 bulan terakhir

Pengeluaran untuk membeli Merchandise Kpop dalam 6 bulan terakhir	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<Rp 1.000.000	254	65.633	65.633	65.633
>Rp 5.000.000	7	1.809	1.809	67.442
Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	74	19.121	19.121	86.563
Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	52	13.437	13.437	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Frequencies for Pendapatan yang dimiliki

Pendapatan yang dimiliki	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
> Rp 5.000.000	34	8.786	8.786	8.786
Rp 10.000 - Rp 100.000	87	22.481	22.481	31.266
Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	93	24.031	24.031	55.297
Rp 200.000 - Rp 500.000	102	26.357	26.357	81.654
Rp 600.000 - Rp 1.000.000	70	18.088	18.088	99.742
Rp0	1	0.258	0.258	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Frequencies for Asal Pendapatan Anda

Asal Pendapatan Anda	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Orang Tua	213	55.039	55.039	55.039
Pekerjaan	174	44.961	44.961	100.000
Missing	0	0.000		
Total	387	100.000		

Lampiran 7 Statistik Deskriptif Gambaran Variabel Impulsive Buying dan Jenis Kelamin

Descriptive Statistics

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Dimensi Afektif	387	0	24.618	6.150	10.000	38.000
Dimensi Kognitif	387	0	27.866	6.608	13.000	40.000
Total IBTS	387	0	52.483	11.511	29.000	77.000

Descriptive Statistics

	Total IBTS	
	Laki-laki	Perempuan
Valid	97	290
Missing	0	0
Mean	56.165	51.252
Std. Deviation	13.186	10.637
Minimum	29.000	30.000
Maximum	77.000	77.000

Lampiran 8 Statistik Deskriptif Gambaran Variabel Celebrity Worship dan Jenis Kelamin

Descriptive Statistics

	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Dimensi <i>Entertainment-Social</i>	387	0	31.191	6.117	12.000	40.000
Dimensi <i>Intense-Personal</i>	387	0	36.390	8.650	13.000	52.000
Dimensi <i>Borderline-Pathological</i>	387	0	8.589	3.162	3.000	15.000
Total <i>Celebrity Worship</i>	387	0	76.171	15.635	35.000	106.000

Descriptive Statistics

	Total <i>Celebrity Worship</i>	
	Laki-laki	Perempuan
Valid	97	290
Missing	0	0
Mean	75.907	76.259
Std. Deviation	16.552	15.344
Minimum	42.000	35.000
Maximum	97.000	106.000

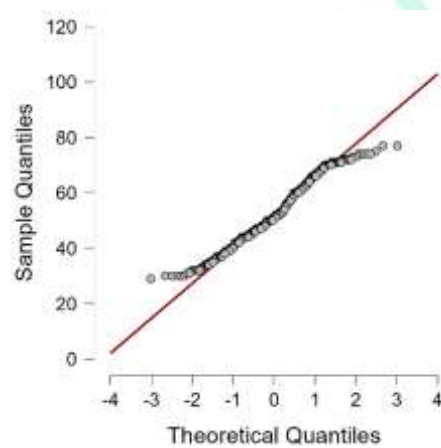
Lampiran 9 Uji Asumsi Normalitas Impulsive Buying dan Celebrity Worship

Descriptive Statistics

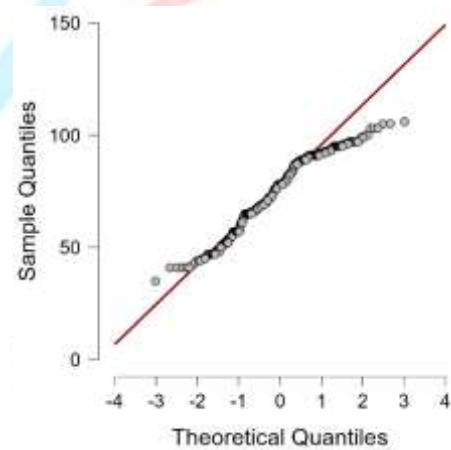
	Total IBTS	Total Celebrity Worship
Valid	387	387
Missing	0	0
Mean	52.483	76.171
Std. Deviation	11.511	15.635
Shapiro-Wilk	0.975	0.956
P-value of Shapiro-Wilk	< .001	< .001
Minimum	29.000	35.000
Maximum	77.000	106.000

Q-Q Plots

Total *Impulsive Buying*



Total *Celebrity Worship*



Lampiran 10 Uji Asumsi Independent Error

Model Summary - Total IBTS

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE	Durbin-Watson		
					Autocorrelation	Statistic	p
M ₀	0.000	0.000	0.000	11.511	0.415	1.168	< .001
M ₁	0.625	0.390	0.389	9.000	0.444	1.111	< .001

Note. M₁ includes Total Celebrity Worship

Lampiran 11 Analisis Uji Regresi Logistik Pengaruh Celebrity Worship terhadap Impulsive Buying

Model Summary - Total Impulsive Buying

Model	Deviance	AIC	BIC	df	ΔX^2	p	McFadden R^2	Nagelkerke R^2	Tjur R^2	Cox & Snell R^2
M ₀	531.252	533.252	537.210	386			0.000		0.000	
M ₁	432.944	436.944	444.860	385	98.308	< .001	0.185	0.300	0.234	0.224

Note. M₁ includes Total Celebrity Worship

Coefficients

Model		Estimate	Standard Error	Odds Ratio	z	Wald Test		
						Wald Statistic	df	p
M ₀	(Intercept)	-0.234	0.102	0.792	-2.282	5.209	1	0.022
M ₁	(Intercept)	-6.284	0.739	0.002	-8.500	72.247	1	< .001
	Total Celebrity Worship	0.078	0.009	1.081	8.453	71.450	1	< .001

Note. Total Impulsive Buying level '1' coded as class 1.

Performance Diagnostics

Performance metrics

	Value
Sensitivity	0.719
Specificity	0.801

Lampiran 12 Analisis Uji Regresi Logistik Moderasi Jenis Kelamin pada Pengaruh Celebrity Worship terhadap Impulsive Buying

Model Summary - Total Impulsive Buying

Model	Deviance	AIC	BIC	df	ΔX^2	p	McFadden R ²	Nagelkerke R ²	Tjur R ²	Cox & Snell R ²
M ₀	531.252	533.252	537.210	386			0.000		0.000	
M ₁	394.610	402.610	418.444	383	136.641	< .001	0.257	0.398	0.307	0.297

Note. M₁ includes Total Celebrity Worship, Kelempok JK, Total Celebrity Worship:Kelempok JK

Coefficients

Model		Estimate	Standard Error	Odds Ratio	z	Wald Test		
						Wald Statistic	df	p
M ₀	(Intercept)	-0.234	0.102	0.792	-2.282	5.209	1	0.022
M ₁	(Intercept)	-5.242	1.272	0.005	-4.122	16.989	1	< .001
	Total Celebrity Worship	0.082	0.018	1.085	4.632	21.457	1	< .001
	Kelempok JK	-2.498	1.633	0.082	-1.530	2.342	1	0.126
	Total Celebrity Worship * Kelempok JK	0.009	0.022	1.009	0.430	0.185	1	0.667

Note. Total Impulsive Buying level '1' coded as class 1.

Performance Diagnostics

Performance metrics

	Value
Sensitivity	0.749
Specificity	0.759

Lampiran 13 Analisis Uji Regresi Logistik Dimensi Celebrity Worship terhadap Impulsive Buying

Model Summary - Total Impulsive Buying

Model	Deviance	AIC	BIC	df	ΔX^2	p	McFadden R ²	Nagelkerke R ²	Tjur R ²	Cox & Snell R ²
M ₀	531.252	533.252	537.210	386			0.000		0.000	
M ₁	407.083	415.083	430.916	383	124.169	< .001	0.234	0.368	0.301	0.274

Note. M₁ includes Dimensi Entertainment-Social, Dimensi Intense-Personal, Dimensi Borderline-Pathological

Coefficients

Model		Estimate	Standard Error	Odds Ratio	z	Wald Test		
						Wald Statistic	df	p
M ₀	(Intercept)	-0.234	0.102	0.792	-2.282	5.209	1	0.022
M ₁	(Intercept)	-4.985	0.724	0.007	-6.887	47.437	1	< .001
	Dimensi Entertainment-Social	-0.024	0.027	0.976	-0.889	0.790	1	0.374
	Dimensi Intense-Personal	0.095	0.025	1.099	3.744	14.019	1	< .001
	Dimensi Borderline-Pathological	0.229	0.055	1.258	4.139	17.131	1	< .001

Note. Total Impulsive Buying level '1' coded as class 1.

Lampiran 14 Analisis Uji Regresi Logistik Dimensi Celebrity Worship dan Moderasi Jenis Kelamin terhadap Impulsive Buying

Model Summary - Total Impulsive Buying

Model	Deviance	AIC	BIC	df	ΔX^2	p	McFadden R ²	Nagelkerke R ²	Tjur R ²	Cox & Snell R ²
M ₀	531.252	533.252	537.210	386			0.000		0.000	
M ₁	335.237	367.237	430.572	371	196.015	< .001	0.369	0.532	0.433	0.397

Note. M₁ includes Dimensi Entertainment-Social, Dimensi Intense-Personal, Dimensi Borderline-Pathological, Kelempok JK, Dimensi Entertainment-Social:Dimensi Intense-Personal, Dimensi Entertainment-Social:Dimensi Borderline-Pathological, Dimensi Entertainment-Social:Kelempok JK, Dimensi Intense-Personal:Dimensi Borderline-Pathological, Dimensi Intense-Personal:Kelempok JK, Dimensi Borderline-Pathological:Kelempok JK, Dimensi Entertainment-Social:Dimensi Intense-Personal:Dimensi Borderline-Pathological, Dimensi Entertainment-Social:Dimensi Intense-Personal:Kelempok JK, Dimensi Entertainment-Social:Dimensi Borderline-Pathological:Kelempok JK, Dimensi Intense-Personal:Dimensi Borderline-Pathological:Kelempok JK, Dimensi Entertainment-Social:Dimensi Intense-Personal:Dimensi Borderline-Pathological:Kelempok JK

Coefficients

Model		Estimate	Standard Error	Odds Ratio	z	Wald Test		
						Wald Statistic	df	p
M ₀	(Intercept)	-0.234	0.102	0.792	2.282	5.209	1	0.022
M ₁	(Intercept)	61.805	48.713	1.440×10 ⁻²⁷	1.269	1.610	1	0.205
	Dimensi Entertainment-Social	2.779	1.635	16.109	1.700	2.891	1	0.089
	Dimensi Intense-Personal	2.368	1.824	10.674	1.298	1.684	1	0.194
	Dimensi Borderline-Pathological	6.188	6.319	486.675	0.979	0.959	1	0.327
	Kelempok JK	58.188	50.810	1.865×10 ⁺²⁵	1.145	1.311	1	0.252
	Dimensi Entertainment-Social * Dimensi Intense-Personal	-0.100	0.060	0.905	1.677	2.814	1	0.093
	Dimensi Entertainment-Social * Dimensi Borderline-Pathological	-0.309	0.209	0.734	1.479	2.187	1	0.139
	Dimensi Entertainment-Social * Kelempok JK	-2.808	1.694	0.060	1.657	2.746	1	0.097
	Dimensi Intense-Personal * Dimensi Borderline-Pathological	-0.246	0.229	0.782	1.075	1.155	1	0.282

Dimensi Intense-Personal *	-2.318	1.876	0.099	1.235	1.526	1	0.217
Kelempok JK							
Dimensi Borderline-Pathological *	-7.655	6.561	4.737×10 ⁻⁴	1.167	1.361	1	0.243
Kelempok JK							
Dimensi Entertainment-Social *							
Dimensi Intense-Personal *	0.011	0.007	1.011	1.518	2.306	1	0.129
Dimensi Borderline-Pathological							
Dimensi Entertainment-Social *							
Dimensi Intense-Personal *	0.100	0.061	1.105	1.633	2.665	1	0.103
Kelempok JK							
Dimensi Entertainment-Social *							
Dimensi Borderline-Pathological *	0.353	0.216	1.423	1.634	2.669	1	0.102
Kelempok JK							
Dimensi Intense-Personal *							
Dimensi Borderline-Pathological *	0.294	0.234	1.342	1.256	1.578	1	0.209
Kelempok JK							
Dimensi Entertainment-Social *							
Dimensi Intense-Personal *	-0.012	0.008	0.988	1.649	2.719	1	0.099
Dimensi Borderline-Pathological *							
Kelempok JK							

Note. Total Impulsive Buying level '1' coded as class 1.

Lampiran 15 Uji Regresi Logistik Frekuensi Pembelian terhadap Impulsive Buying

<i>Model Summary - Total Impulsive Buying</i>										
Model	Deviance	AIC	BIC	df	ΔX^2	p	McFadden R^2	Nagelkerke R^2	Tjur R^2	Cox & Snell R^2
M_0	531.252	533.252	537.210	386			0.000		0.000	
M_1	355.646	365.646	385.438	382	175.606	< .001	0.331	0.489	0.388	0.365

Note. M_1 includes Frekuensi kategori, Kelempok JK, Total Celebrity Worship, Kelempok JK:Total Celebrity Worship

<i>Coefficients</i>								
Model		Estimate	Standard Error	Odds Ratio	z	Wald Test		
						Wald Statistic	df	p
M_0	(Intercept)	-0.234	0.102	0.792	-2.282	5.209	1	0.022
M_1	(Intercept)	-6.338	1.412	0.002	-4.489	20.148	1	< .001
	Frekuensi kategori (1)	1.717	0.290	5.567	5.916	34.994	1	< .001
	Kelempok JK	-1.830	1.756	0.160	-1.042	1.086	1	0.297
	Total Celebrity Worship	0.081	0.019	1.084	4.186	17.519	1	< .001
	Kelempok JK * Total Celebrity Worship	0.001	0.023	1.001	0.048	0.002	1	0.961

Note. Total Impulsive Buying level '1' coded as class 1.

Lampiran 16 Tabel Populasi Penelitian (sebagaimana dikutip dalam (Sugiyono,(2019), p.139)

TABEL 5.1
PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU
DENGAN TARAF KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	163	138	2800	537	339	247
15	12	14	14	290	202	166	140	3000	543	342	248
20	13	15	15	300	207	169	143	3500	558	348	251
25	14	16	16	320	215	175	147	4000	569	352	254
30	15	17	17	340	223	181	151	4500	578	356	255
35	16	18	18	360	231	187	155	5000	586	358	257
40	17	19	19	380	241	192	158	6000	598	363	259
45	18	20	20	400	250	197	162	7000	606	366	261
50	19	21	21	420	257	201	165	8000	613	368	262
55	20	22	22	440	265	206	168	9000	618	370	263
60	21	23	23	460	272	210	171	10000	622	372	263
65	22	24	24	480	279	214	173	15000	635	376	266
70	23	25	25	500	285	218	176	20000	642	379	267
75	24	26	26	550	301	227	182	30000	649	381	268
80	25	27	27	600	315	235	187	40000	653	382	269
85	26	28	28	650	329	242	191	50000	655	383	269
90	27	29	29	700	341	249	195	75000	658	384	270
95	28	30	30	750	352	255	199	100000	659	385	270
100	29	31	31	800	363	261	202	150000	661	385	270
110	30	32	32	850	375	266	205	200000	661	385	270
120	31	33	33	900	382	270	208	250000	662	386	270
130	32	34	34	950	391	275	211	300000	662	386	270
140	33	35	35	1000	399	277	213	350000	662	386	270
150	34	36	36	1100	414	286	217	400000	662	386	270
160	35	37	37	1200	427	292	221	450000	663	386	270
170	36	38	38	1300	440	298	224	500000	663	386	270
180	37	39	39	1400	453	303	227	550000	663	386	270
190	38	40	40	1500	463	307	229	600000	663	386	270
200	39	41	41	1600	469	311	232	650000	663	386	270
210	40	42	42	1700	477	315	234	700000	663	386	270
220	41	43	43	1800	485	318	235	750000	663	386	271
230	42	44	44	1900	492	321	237	800000	663	386	271
240	43	45	45	2000	498	324	238	900000	663	386	271
250	44	46	46	2200	510	329	241	950000	663	386	271
260	45	47	47	2400	520	333	243	1000000	663	386	271
270	46	48	48	2600	529	336	245	∞	664	386	271

Lampiran 17 Fomulir Pengajuan Skripsi/TA

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PENGAJUAN SKRIPSI/TA	SPT-003/BP/POB-17/F-01
		

Nama Mahasiswa : Putri Nurwahyudi
 Prodi/NIM : Psikologi / 2021031012
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Impulsive Buying* dengan
 (disusun dalam kalimat singkat, padat, jelas dan menarik minat pembaca) Moderasi Jenis Kelamin pada Generasi Z Penggemar K-POP

Telah memenuhi syarat pengajuan Skripsi/TA; (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	Jumlah sks lulus (sesuai ketentuan Prodi)	V	
2	Mata kuliah prasyarat (sesuai ketentuan Prodi)	V	
3	IPK minimal 2.00	V	
4	Tidak sedang terkena sanksi akademik/sanksi lainnya	V	
5	Poin JSDP (sesuai ketentuan Prodi)	V	
6	Mengumpulkan Proposal Skripsi (sesuai ketentuan Prodi)	V	
7	MK Skripsi/TA tercantum di KRS semester berjalan	V	

Tangerang Selatan, 24 Februari 2025

Mengajukan,	Menyetujui,	Menyetujui,
		
Putri Nurwahyudi	Veronica A. M. Kaihatu, S.Psi., M.Si	Aries Yulianto, S.Psi., M.Si.

Lampiran 18 Fomulir Persetujuan Penulisan Skripsi/TA

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PERSETUJUAN PENULISAN SKRIPSI/TA	SPT-003/BP/POB-17/F-02
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Putri Nurwahyudi
 Prodi/NIM : Psikologi / 2021031012
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Impulsive Buying* dengan Moderasi Jenis Kelamin pada Generasi Z Penggemar K-POP

Telah disetujui untuk menulis Skripsi/TA

Dosen Pembimbing Skripsi/TA yang ditugaskan Prodi adalah:

No	Nama	NIDN	JAD
1	Aries Yulianto, S.Psi., M.Si.	0308078001	Lektor

Tangerang Selatan, 24 Febuari 2025

Menugaskan,	Menyetujui,	Menerima,
		
Aries Yulianto, S.Psi., M.Si.	Aries Yulianto, S.Psi., M.Si.	Aries Yulianto, S.Psi., M.Si.

Dokter	nama	20/00/0000	Nama Mahasiswa	PURNOMAHENDRA
Bimbingan	Program Studi	Mikrobiologi	Jenis TB	Simpang
Rakap Hasil Bimbingan/Bimbingan	Periode Matrik	2024/2025 Onlap	SR Lulus	135-0000
Sistem Ujian	Tgl. Matrik	27 Februari 2025	Asisten Pengasah Akhir	Pengaruh Celebrity Worship terhadap Impulsive Buying dengan Moderasi Jenis Kelamin pada Generasi Z
Jumlah Ujian	Isi bkg	Bimbingan Harat	Status	Pengantar & Pop. AKR
Revisi Awal Ujian				
Revisi Akhir				

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Dian/LA	Aksi
1	27 Februari 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 1.3, dan 3	✓	
2	8 Maret 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 1 dan 3	✓	
3	14 Maret 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi BAB 1 dan BAB 3	✓	
4	27 Maret 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Ditaksi Diseminasi dan Akur Bab 1 dan 3	✓	
5	17 April 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 1 dan 2	✓	
6	24 April 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 1.2 dan feedback menambahkan kriteria kuesioner	✓	
7	2 Mei 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 1.2, dan 4	✓	
8	8 Mei 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 1 dan 4	✓	
9	15 Mei 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi bab 1 dan 4, serta contoh untuk marginallab bab 4	✓	
10	23 Mei 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 1 dan 4		
11	30 Mei 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi Bab 4		
12	9 Juni 2025	Aries Yulianto, S.Psi, M.Si	Revisi bab 4 dan 5		

Lampiran 20 Fomulir Pengajuan Sidang Skripsi/TA

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		 Kaprodi

Nama Mahasiswa : Putri Nurwahyudi
 Prodi/NIM : Psikologi / 2021031012
 Judul Skripsi/TA : Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Impulsive Buying* dengan Moderasi Jenis Kelamin pada Generasi Z Penggemar K-Pop

Dosen Pembimbing : Aries Yulianto, S. Psi., M. Si.
 Dosen Penguji : 1. Gita W. L. Soerjoatmodjo, M.A., M.Psi., Psikolog JAD : Lektor
 2. Supriyanto, S.Psi., M.Si. JAD : Asisten Ahli

Jadwal Sidang : Juni 2025

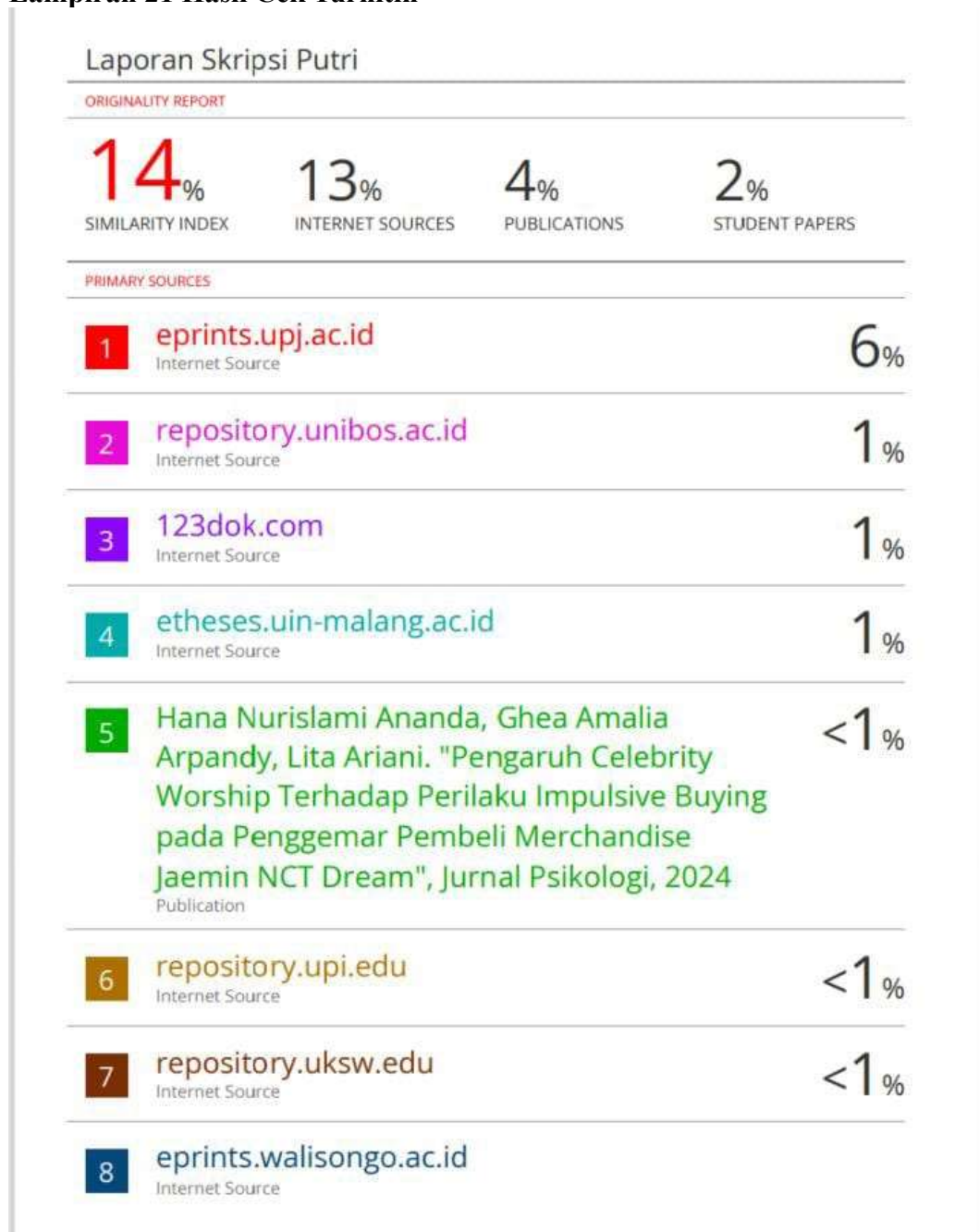
Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA:

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	v	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	v	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	v	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	v	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x) 3	v	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan) 128	v	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	v	

Tangerang Selatan, 10 Juni 2025

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
 Putri Nurwahyudi Mahasiswa	 Aries Yulianto, S.Psi., M.Si. Dosen Pembimbing	 Aries Yulianto, S.Psi., M.Si. Koordinator Skripsi/TA	 Aries Yulianto, S.Psi., M.Si. Kaprodi

Lampiran 21 Hasil Cek Turnitin



Lampiran 22 Hasil Cek Plagiarism Check

 PLAGIARISM
CHECK.ORG

8.62%
SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 17 JUL 2025, 3:46 PM

Similarity report
Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

 IDENTICAL
0.22%

 CHANGED TEXT
8.4%

 QUOTES
1.13%

Report #27533347

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Popularitas K-pop di Indonesia dapat dilihat melalui media sosial. Riset K-Pop Radar tahun 2018 hingga 2021, konten K-Pop di Tiktok paling banyak di dunia yakni Indonesia . 44 Tahun 2021 Indonesia juga menjadi peringkat pertama di Twitter yang paling banyak tweet terkait K-Pop . Selain itu, survei laman Statista (sebagaimana dikutip dalam) tahun 2022 menunjukkan K- Pop memiliki tingkat kepopuleran yang tinggi di Indonesia. Pada survei Good Stats tahun 2023 menunjukkan Indonesia menempati peringkat ketiga penggemar K-Pop terbanyak di dunia, dengan total 7,4 miliar . Indonesia pun menjadi pendengar K-Pop di spotify paling banyak pada tahun 2023 . Hal ini menunjukkan tingkat kegemaran terhadap K-Pop di Indonesia menjadi semakin meningkat. Kegemaran di Indonesia ini terhadap K-Pop paling banyak oleh Generasi Z. Dibuktikan dari IDN Times (sebagaimana dikutip dalam) menyatakan Generasi Z menjadi kelompok terbesar penggemar K-Pop di Indonesia dibandingkan generasi lainnya . 55 Generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 . Data statistik tahun 2021 oleh Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (sebagaimana dikutip dalam) menunjukkan populasi Generasi Z di Indonesia mencapai 75 juta jiwa. Kegemaran Generasi Z terhadap K-Pop muncul karena sejak lahir mereka sudah berada di era digital yang terus terhubung dengan pengaruh budaya dan melekat pada K-Pop, sehingga K-Pop tak terpisahkan dari kehidupannya . Generasi Z juga menyukai K-Pop (Novianty & Prastya, 2021) (Tashandra,