

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kanchah

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah menggunakan google form yang disebarakan pada media sosial. Dalam pengambilan data pada penelitian ini Partisipan mengisi google form dengan kriteria subjek yang telah ditentukan peneliti. Jumlah Populasi diri penelitian ini adalah 212 partisipan. Pada penelitian ini menggunakan proses pengambilan sample yakni *Purposve Sampling*. *Purposive sampling* merupakan suatu pengambilan sample dengan langkah awal menentukan tujuan penelitian, menentukan kriteria sample kemudian memilih sample yang sesuai dan dilanjutkan dengan pengambilan data dengan menyebarkan google form. Teknik ini merupakan teknik dimana peneliti menentukan suatu kriteria tertentu. Kriteria tersebut merupakan seorang generasi Z rentang usia 12 Hingga 27 Tahun, Penggemar K-POP, Mengikuti suatu komunitas Fans (Fandom).

Jumlah penggemar K-POP di Indonesia diperkirakan mencapai 40,7 % dengan rentang usia 20 hingga 25 tahun sedang pada rentang usia 15 Hingga 20 Tahun mencapai 38,1 % (IDN Timer, 2019). Penelitian ini Di sebarakan secara luas dengan Jangkauan Seluruh Indonesia. Partisipan Mengisi Google Formulir secara Online. Dalam tahap pengambilan data peneliti melakukan uji coba yang dimulai pada tanggal 5 juli 2024 hingga 9 Juli 2024. Pada tahap uji coba ini peneliti menggunakan partisipan sebagian subjek. Pengambilan data pada penelitian ini dimulai pada 11 Juli 2024

hingga 16 Juli 2024 dengan penyebaran data menggunakan google form. Google form berisi kesediaan dan kuisisioner mengenai kelekatan penggemar obsesif K-POP yang disebarakan melalui twitter (X) serta grub atau komunitas K-POP di whatsapp.

Penggemar kpop memiliki perilaku yang cenderung dekat dengan idolanya dengan membeli barang barang yang di jual oleh agensi. Kondisi subjek pada penelitian ini adalah Generasi z penggemar kpop cenderung mengalami rasa gelisah saat hendak membeli barang barang. Subjek yang membeli barang barang juga merasa bahwa dirinya dekat dengan idolanya sehigga, penggemar akan langsung membeli barang yang di rilis agensi di toko online semacam weverse, lysn atau GO.

1. Persiapan Administrasi

Pada tahap ini Peneliti mulai menentukan kriteria subjek yakni Generasi Z dengan rentang usia 12 tahun hingga 27 tahun, penggemar K-POP, pernah mengikuti aktivitas atau event K-POP, Bergabung dalam suatu fandom K-POP. Penelitian ini tidak memerlukan surat perizinan karena pengambilan data menggunakan skala yang dibagikan melalui google form di media sosial.

2. Persiapan Penelitian

Persiapan pada penelitian ini merupakan tahap dimana peneliti memulai untuk menyiapkan hal untuk kebutuhan penelitian dengan menggunakan skala *Likert* dan menggunakan skala *Compulsive Buying* dan *Psychological Well Being*. Persiapan yang dilakukan peneliti adalah menyiapkan alat ukur psikologi dengan dua cara yang berbeda.

a. Skala *Compulsive Buying*

Peneliti melakukan modifikasi Skala *Compulsive Buying* yang telah di modifikasi oleh Pasya. (2023) dengan Menggunakan Teori Milik Valence dan d'Astous. (1988) Yang terdiri dari 11 pertanyaan. Kemudian peneliti memodifikasi kembali sesuai dengan variabel dan partisipan pada penelitian ini.

b. Skala *Psychological Well Being*

Pada Skala *Psychological well being* peneliti melakukan konstruksi alat ukur menggunakan teori milik Ryff & Kayes (1995). Peneliti melakukan Expert judgment Indikator dengan 7 partisipan dengan kriteria S1 dan S2 Psikologi, Review External dengan 2 Partisipan, Uji Keterbacaan dengan 3 partisipan dan 7 Rater Expert Aitem.

B. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Beberapa Proses Penelitian yang dilakukan adalah :

1. Persiapan Administrasi

Pada tahap ini Peneliti mulai menentukan kriteria subjek yakni Generasi Z dengan rentang usia 12 Tahun hingga 27 Tahun, Penggemar K-POP, pernah mengikuti aktivitas atau *event* K-POP, Bergabung dalam suatu fandom K-POP. Penelitian ini tidak memerlukan surat perizinan karena pengambilan data menggunakan skala yang dibagikan melalui google form di media sosial. namun peneliti menyampaikan ketersediaan partisipan sebelum mengisi google form.

2. Persiapan Alat Ukur

Pada alat ukur ini peneliti melakukan konstruksi dan modifikasi Skala. Persiapan pada penelitian ini merupakan tahap dimana peneliti memulai untuk menyiapkan hal untuk kebutuhan penelitian dengan menggunakan skala *Likert* dan menggunakan skala *Compulsive Buying* dan *Psychological Well Being*. Persiapan yang dilakukan peneliti adalah menyiapkan alat ukur psikologi dengan dua cara yang berbeda.

a. Skala Psychological well being

Tabel 3. BluePrint Psychological well being sebelum tryout

Dimensi	Indikator	Butir aitem		
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
Penerimaan diri	Menerima Kondisi Diri	1,4,5	2	
	Selalu Berfikir Positif	6,7,8,10	9	
Pengembangan diri	berkembang dengan Baik	11,13,14,15	-	
	Mengembangkan Potensi Positif dalam diri	16,17	18	
Tujuan Hidup	Memiliki tujuan dengan Baik	20,21,23	22	
	Menyelesaikan Masalah Yang ada	29,30	-	
Hubungan Positif dengan orang lain	Sosialisai dengan Lingkungan sekitar	32	33	
	Mendukung Orang Lain Secara Positif	36,39	-	
Penguasaan Lingkungan	Percaya diri ketika berada di keramaian	41	43	
	Menunjukkan Kemampuan didepan banyak orang	46	-	
Otonomi	Berani Mengambil Keputusan sendiri	49,50,52,53	-	
	Berani Menunjukkan rasa terhadap Orang Lain.	58	-	
	Total	28	6	

Dari penjelasan di atas hasil dari blue print sebelum tryout sebelumnya adalah terdapat 58 aitem psychological well being namun Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa daya deskriminasi dari 26 Aitem memiliki nilai di bawah 0,3. Aitem Tersebut meliputi Aitem 3, Aitem 12, Aitem 19,,Aitem 24, Aitem 25, Aitem 26, Aitem 27, aitem 28, Aitem 28, Aitem 30, Aitem 31, aitem 34, aitem 35,Aitem,37, Aitem 38, Aitem 40, Aitem 42, Aitem 43. Aitem 44, Aitem 45, Aitem 47,Aitem 48, Aitem 51, aitem 54,aitem 55, aitem 56, dan aitem 57. Daya Deskriminsi merupakan Jumlah aitem yang memiliki dan tidak memiliki atribut untuk diukur guna membedakan antara individu dan kelompok. (Azwar,2018).

b. Skala *Compulsive Buying*

Pada Skala Ini peneliti menggunakan 7 Expert Judgment Modifikasi Aitem dengan kategori Lulusan S1 dengan penelitian ini yang menghasilkan hasil yang cukup bisa diterima dan menjadi validitas.

Tabel 4. BluePrint Compulsive Buying sebelum tryout

aspek	F	UF	Jumlah
Tendency to spend	1,2,4,7,8,9,10	3,5,6	10
urge to buy or shop	11,13,14,15,16,17,19,20	12,18	10
postpurchase guilt	21,23,24,26,28,29	22,25,27,30	10
total	21	9	

Dari penjelasan diatas dapat dijelaskan bahwa mendapatkan 15 aitem yang lolos dari 30 aitem yang telah dilakukan expert judgment hingga menghasilkan Reliabilitas >8. mendapatkan hasil bahwa terdapat 15 item yang gugur dengan daya deskriminasi dibawah 0,3.

Berdasarkan Data yang dilakukan oleh peneliti dalam uji coba dengan 72 Partisipan maka disimpulkan bahwa dari 32 Aitem terdapat 15 Aitem yang tidak memenuhi syarat daya deskriminasi menurut Azwar. Aitem tersebut meliputi Aitem 1, Aitem 2,Aitem, Aitem 4, Aitem 5,Aitem,7, Aitem 8,Aitem 9, Aitem 12,Aitem,13,Aitem 12,Aitem 17,Aitem 19,Aitem 20,Aitem 22,Aitem 25,Aitem 28. Aitem terssebut tidak memiliki hasil yang sesuai hingga aitem tersebut gugur sebelum melakukan uji coba.

3. Melakukan Uji Coba Alat Ukur.

Pada Uji Coba Alat ukur peneliti mengambil data untuk uji coba dengan 72 partsipan yang di pilih dengan kategori generasi Z yang berusia 12 hingga 27 Tahun, menjadi penggemar K-POP dan pernah membeli barang barang K-POP. Pengambilan data in menggunakan Google Form dengan Pilihan 5 kategori yakn 1 Sangat Tidak Setuju (STS), 2 Tidak Setuju (TS), 3 Netral (N), 4 Setuju (S) dan 5 Sangat Setuju (SS).

a. Hasil Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas skala

Berdasarkan uji Validitas Dan uji Reliabilitas pada penelitian ini mendapatkan hasil :

1) Skala Psychological Well Being

Berdasarkan Pengambilan data uji coba yang dilakukan oleh peneliti melakukan konstruksi skala dengan penyebaran data menggunakan Google form. Alat ukur Psychological Well being ini disusun sendiri oleh peneliti menggunakan dimensi Milik Ryff and Keyes (1995) yang terdiri dari 6 dimensi yang meliputi

penerimaan diri, pengembangan diri, tujuan hidup, hubungan positif dengan orang lain, penguasaan lingkungan dan otonomi.

Tabel 5. BluePrint Psychological well being sesudah tryout

Dimensi	Indikator	Butir aitem	
		<i>F</i>	<i>UF</i>
Penerimaan diri	Menerima Kondisi Diri	1	4,3
	Selalu Berfikir Positif	6,7	-
Pengembangan diri	berkembang dengan Baik	10	11,13
	Mengembangkan Potensi Positif dalam diri	14,15	-
Tujuan Hidup	Memiliki tujuan dengan Baik	17,18	19
	Menyelesaikan Masalah Yang ada	21	-
Hubungan Positif dengan orang lain	Sosialisai dengan Lingkungan sekitar	22,23	-
	Mendukung Orang Lain Secara Positif	24,25	-
Penguasaan Lingkungan	Percaya diri ketika berada di keramaian	26	-
	Menunjukkan Kemampuan didepan banyak orang	-	27
Otonomi	Berani Mengambil Keputusan sendiri	28,30	-
	Berani Menunjukkan rasa terhadap Orang Lain.		32
Total		16	7

Hasil reliabilitas pada penellitian *Skala Psychological Well Being* menggunakan SPSS 25 for Windows dapat dikatakan

reliabel apabila hasil >0.8 . dan dinyatakan lolos apabila nilai pada data daya diskriminasi memiliki nilai $>0,25$

Pada dimensi pertama yakni penerimaan diri dilakukan 2 kali putaran dengan putaran terdapat pertama terdapat 4 aitem yang gugur yang meliputi aitem 2, aitem 5, aitem 8 dan aitem 9. Dengan nilai rentang 0.051 hingga 0,248. Sedangkan aitem yang lolos memiliki rentang nilai 0.349 hingga .557 Dengan reliabilitas .852

Tabel 6. Hasil Realibilitas dimensi penerimaan diri

Jumlah Aitem	Nilai Alpha Cronbach	Partisipan
9	.852	72

Pada Dimensi kedua yakni pengembangan diri dilakukan 2 kali putaran dengan putaran terdapat pertama terdapat 1 aitem yang gugur pada putaran pertama yang meliputi aitem 12 kemudian pada putaran kedua terdapat aitem 16 Yang gugur dengan hasil daya diskriminasi .245 Sedangkan pada aitem yang tidak gugur dengan rentang nilai antara 0,250 hingga 0,465. Nilai tersebut terdiri dari aitem 10, aitem dari 11, aitem 113, aitem 13, aitem 14, aitem 15, aitem 16. Hasil akhir reliabilitas .814.

Tabel 7. Hasil reliabilitas Pengembangan diri

Jumlah Aitem	Nilai Alpha Cronbach	Partisipan
7	.814	72

Pada Dimensi ketiga yakni Tujuan Hidup dilakukan 2 kali putaran dengan putaran terdapat pertama terdapat 1 aitem yang gugur pada putaran pertama yang meliputi aitem 20 dengan nilai 0.246. Kemudian pada aitem

yang lolos atau tidak gugur berada pada rentang nilai 0.282 hingga 0.388 yang terdiri dari aitem 17, aitem 18 aitem 19 dan aitem 21. kemudian pada putaran kedua tidak ada aitem dibawah 0.25 dengan hasil reliabilitas .815.

Tabel 8. Hasil reliabilitas Tujuan Hidup

Jumlah Aitem	Nilai Alpha Cronbach	Partisipan
5	.815	72

Pada Dimensi keempat yakni hubungan positif dengan orang lain dilakukan 2 kali putaran dengan putaran terdapat pertama tidak memiliki aitem yang gugur kemudian pada putaran kedua tidak ada aitem dibawah .250 dengan hasil reliabilitas .803. aitem ini terdiri dari aitem 21, aitem 22 aitem 23 dan aitem 24.

Tabel 9. Hasil Reliabilitas Hubungan positif dengan orang lain

Jumlah Aitem	Nilai Alpha Cronbach	Partisipan
4	.803	72

Pada Dimensi penguasaan lingkungan terdapat aitem yang gugur dengan hasil akhir menghilangkan dimensi namun peneliti mempertahankan aitem tersebut dengan alasan sampling yang tidak memadai. aitem tersebut terdiri dari aitem 21 dan aitem 22 dengan reliabilitas .802

Tabel 10. Hasil Reliabilitas Penguasaan Lingkungan

Jumlah Aitem	Nilai Alpha Cronbach	Partisipan
2	.802	72

Pada Dimensi keenam yakni otonomi terdapat dua aitem yang gugur dengan hasil akhir aitem 29 dan aitem 31 dengan hasil dibawah .25 yakni dengan rentang nilai 0,214 hingga 0,247. Ddan pada aitem 28, aitem 30 aitem 31 dan aitem 32 memiliki nilai dengan rentang 0,256 hingga 0,435 yang dikatakan tidak gugur dengan reliabilitas .872 .

Tabel 11. Hasil Reliabilitas Otonomi

Jumlah Aitem	Nilai Alpha Cronbach	Partisipan
5	.872	72

2) Skala *Compulsive Buying*

Berdasarkan Pengambilan data uji coba yang dilakukan oleh peneliti, Peneliti melakukan Modifikasi Dari alat ukur yang telah dimodifikasi oleh Pasya (2023). Alat ukur Tersebut merupakan Alat ukur yang berdasarkan aspek milik Valence dan d'Astous. (1988) yang meliputi aspek *to spend*, *urge to buy or shop*, dan *postpurchase guilt*.

Tabel 12. BluePrint Compulsive Buying

aspek	F	UF	Jumlah
<i>Tendency to spend</i>	10	3,6	3
<i>urge to buy or shop</i>	11,14,15,16	18,	10
<i>postpurchase guilt</i>	21,23,24,26,29,30	27	10
total	11	4	

Hasil reliabilitas pada penellitian Skala *Compulsive buying* menggunakan SPSS 25 for Windows dapat dikatakan Reliabel dengan hasil >0.8.

Tabel 13. Hasil Reliabilitas *Compulsive Buying*

Jumlah Aitem	Nilai Alpha Cronbach	Partisipan
32	.806	72

Mendapatkan hasil bahwa terdapat 15 item yang gugur dengan daya deskriminasi dibawah 0,3. Berdasarkan data yang dilakukan oleh peneliti dalam uji coba dengan 72 Partisipan maka disimpulkan bahwa dari 32 aitem terdapat 15 aitem yang tidak memenuhi syarat daya deskriminasi menurut Azwar. aitem tersebut meliputi aitem 1, aitem 2, aitem 4, aitem 5, aitem,7, aitem 8, aitem 9, aitem 12, aitem 13, aitem 12, aitem 17, aitem 19, aitem 20, aitem 22, aitem 25, aitem 28, aitem tersebut tidak memiliki hasil yang sesuai hingga aitem tersebut gugur sebelum melakukan uji coba.

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui *Google form* dengan penyebaran data yang dilakukan decara online dengan 212 responden yang mengisi dengan kriteria tertentu. Deskripsi data menghasilkan subjek yang terdiri dari.

Tabel 14. Hasil Usia Remaja Akhir

Usia	Jumlah	Persentase
15	6	3%
16	10	5%
17	22	10%
18	22	10%
	60	28 %

Menurut Santrock (2013) remaja merupakan tahap dimana individu berusia 11-18 tahun (Ragita & Fardana, 2021). Pada usia remaja ini dapat diketahui bahwa terdapat 6 partisipan yang berusia 15 Tahun, Terdapat 10 partisipan berusia 16 Tahun, Terdapat 22 partisipan berusia 17 tahun dan terakhir terdapat 22 partisipan yang berusia 18 tahun.

Tabel 15. Hasil Usia Dewasa Awal

Usia	Jumlah	Percentase
18	22	10%
19	26	12%
20	25	12%
21	25	12%
22	27	13%
23	20	9%
24	9	4%
25	9	4%
26	6	3%
27	5	2%

Menurut Santrock (2013), usia dewasa awal merupakan masa ketika individu mulai memasuki dunia dewasa yang sebenarnya. Di dalam pandangan Santrock, usia dewasa awal ini terjadi pada rentang usia antara 18 hingga 29 tahun. Pada hasil usia ini dapat dikatakan bahwa terdapat 26 partisipan dengan usia 19 tahun, terdapat 25 partisipan dengan usia 20 Tahun, kemudian pada usia 21 tahun juga terdapat 20 Partisipan, Pada usia 22 tahun terdapat lebih unggul yakni 27 partisipan, dengan usia 23 tahun dengan 22 partisipan dan pada usia 24 dan 25 tahun memiliki hasil yang sama yakni 9 partisipan, usia 26 tahun dengan 6 partisipan dan pada usia 27 tahun terdapat 5 partisipan.

Tabel 16. Uji daya beda usia

Variabel	jumlah	persen
Remaja akhir	60	28%
Dewasa Awal	152	81%

Hasil dari perolehan data diatas dapat disimpulkan bawa usia dewasa awal cenderung lebih sering melakukan pembelian dengan percentase 81 %. Dan remaja akhir mendapatkan percentase 28 %. Artinya Dewasa awal lebih sering melakukan pembelian barang daripada remaja akhir. Hal ini dapat disebabkan oleh dewasa awal yang sudah memiliki kemampuan finansial yang baik dan melakukan pembelian untuk mekanisme coping stress.

Selain itu Populasi dari Penelitian ini berasal dari beberapa daerah yang terdiri dari Jawa Timur, Yogyakarta, Sulawesi, Kalimantan, Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Barat, Bali, Sumatra, Batam dan NTB

Tabel 17.Data Provinsi Partisipan

Domisili	Hasil	
Bali	2	1%
Lampung	2	1%
Jawa Barat	51	24%
Jawa Timur	26	12%
Jawa Tengah	36	17%
Kalimantan	7	3%
D.I Yogyakarta	27	13%
Sulawesi	6	3%
NTT	1	0%
Banten	14	7%
D.K.I Jakarta	20	9%
Sumatra	11	5%
Riau	5	2%
NTB	2	1%
Papua	1	0%
Batam	1	0%
	212	100%

Data diatas merupakan domisili partisipan yang meliputi terdapat partisipan yang berasal dari Jawa Barat dengan jumlah partisipan 51 dan merupakan hasil partisipan tertinggi diantara banyaknya daerah. daerah terbanyak kedua adalah jawa tengah dengan hasil 36 partisipan kemudian dilanjutkan oleh daerah Yogyakarta dengan jumlah partisipan 27, jawa timur dengan jumlah partisipan 26, Jakarta 20 partisipan, Banten 14 Partisipan, Sumatra dengan 11 Partisipan, Kalimantan dengan 7 Partisipan, Sulawesi dengan 6 Partisipan, Riau dengan 5 Partisipan, dan daerah dengan partisipan terendah berasal dari Bali, Lampung, dan NTB dengan Jumlah 2 Partisipan serta dari NTT, Papua Dan Batam berada pada partisipan terendah dengan masing masing 1 Partisipan.

2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dilakukannya uji empirik dan uji hipotetik. Dari hasil deskriptif data penelitian digunakan untuk kategori skor yang diperoleh dari responden pada dimensi *Psychological well being* adapun norma dari kategorisasinya adalah:

Tabel 18. Rumus Kategorisasi

Kategorisasi	Rumus Norma
Sangat Tinggi	$X > \mu + 1,8 \sigma$
Tinggi	$\mu + 0,6 \sigma \leq X < \mu + 1,8 \sigma$
Sedang	$\mu - 0,6 \sigma \leq X < \mu + 0,6 \sigma$
Rendah	$\mu - 1,8 \sigma \leq X < \mu - 0,6 \sigma$
Sangat Rendah	$X < \mu - 1,8 \sigma$

Keterangan :

X : Skor Total

μ : Mean

σ : Standar Deviasi

Norma kategorisasi tersebut dapat dihitung menggunakan rumus $\text{range} = 6sd$: jumlah kategorisasi. Berdasarkan rumus norma tabel diatas maka peneliti mendapatkan kategori responden menjadi lima jenis kategori.

a. Psychological well being

Kategorisasi variabel *Psychological well being* dapat ditentukan dari norma kategorisasi yang sudah dibuat berdasarkan data empirik. Maka dari itu untuk kategorisasi variabel *Psychological well being* adalah sebagai berikut.

Tabel 19. Hasil Skor Empirik

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Xmin	Xmax	Mean	Std d	Xmin	Xmax	Mean	Std d
Psychological well being	4	20	22,00	19	4	20	16,41	2,61
Compulsive Buying	12	60	66	58	42	60	51,89	4,365

Keterangan :

Skor Empirik : skor yang diperoleh dari hasil penelitian

Skor Hipotetik : skor yang diperoleh dari skala

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa skala *Psychological Well Being* dapat diketahui mean dari dimensi skala *Psychological Well Being* memiliki skor mean empirik 16,41 dengan standar deviasi 2,61 serta nilai Skor hipotetik Mean 22 dan standar deviasi 19. Sedangkan pada *Compulsive Buying* disebutkan bahwa hasil mean pada skor hipotetik adalah 66 dan standar deviasi memiliki nilai 58.

Tabel 20. Hasil Kategorisasi Skor empirik Penerimaan diri

Kategorisasi	Psychological well being	Frekuensi	Percentage
Sangat Tinggi	$X > 21$	0	-
Tinggi	$17 \leq X < 21$	86	40,6 %
Sedang	$14 \leq X < 17$	84	39,6 %
Rendah	$11 \leq X < 14$	37	17,5 %
Sangat Rendah	$X < 11$	5	2,4%

Hasil dari data diatas merupakan hasil skor empirik dengan menggunakan rumus kategorisasi 1,8. Pada data tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat kategori tinggi dengan kategorisasi sebanyak 40,6 % pada rentang nilai $17 \leq X < 21$.

Tabel 21. Hasil Kategorisasi Pengembangan diri

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	X_{min}	X_{max}	Mean	Std d	X_{min}	X_{max}	Mean	Std d
Psychological well being	6	30	33,00	29	16	30	23,90	2,74
Compulsive Buying	12	60	66	58	42	60	51,89	4,365

Pada data diatas merupakan hasil skor kategorisasi pada dimensi pengembangan diri. Pada hasil skor ini didapatkan bahwa hasil mean dari skor hipotetik dimensi ini adalah 33 dengan nilai standar deviasi memiliki hasil 29, dan pada skor empirik dapat dilihat bahwa hasil mean dari skor ini adalah 23,90 dengan standar deviasi 2,74.

Tabel 22. Hasil Kategorisasi Skor Empirik Pengembangan diri

Kategorisasi	Psychological well being	Frekuensi	Percentage
Sangat Tinggi	$X > 28$	10	4,7%
Tinggi	$28 \leq X < 25$	52	24,5%
Sedang	$25 \leq X < 22$	84	39,6%
Rendah	$22 \leq X < 18$	61	28,8%
Sangat Rendah	$X < 18$	5	2,4%

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari skor dimensi pengembangan diri mendapatkan hasil bahwa dalam kategori sangat tinggi mendapatkan hasil 10 dengan persentase(4,7 %), pada skor tinggi mendapatkan frekuensi 52 dengan persentase (24,5%). pada skor dengan kategori sedang mendapatkan hasil frekuensi 84 dengan persentase (39 ,6%), pada skor rendah mendapatkan frekuensi sebanyak 61 dengan persentase (28,8%), pada skor sangat rendah memiliki nilai frekuensi 5 dan nilai percentace (2,4 %).

Tabel 23. Hasil Kategorisasi Dimensi Tujuan Hidup

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	X_{min}	X_{max}	Mean	Std d	X_{min}	X_{max}	Mean	Std d
Psychological well being	4	20	22,00	19	8	20	16,41	2,11
Complusive Buying	12	60	66	58	42	60	51,89	4,365

Pada Hasil Diatas Dapat Dijelaskan bahwa Hasil dari Skor Hipotetik pada Dimensi Tujuan Hidup dengan skor hipotetik dan empirik dengan hasil mean pada skor hipotetik adalah 22 dan hasil standar deviasi pada skor hipotetik adalah 19. Sedangkan pada Skor empirik dengan mean 16,41 dan nilai standar deviasi 2,11.

Tabel 24. Hasil Kategorisasi Skor empirik dimensi Tujuan hidup

Kategorisasi	Psychological well being	Frekuensi	Percentage
Sangat Tinggi	$X > 20$	0	-
Tinggi	$20 \leq X < 17$	67	31,6 %
Sedang	$17 \leq X < 15$	70	33,0 %
Rendah	$15 \leq X < 12$	70	33,0 %
Sangat Rendah	$X < 12$	5	2,4%

Berdasarkan hasil data di atas dapat disimpulkan bahwa pada Skor Tinggi terdapat 67 Partisipan dengan persentase (31,6%). Pada Skor Sedang terdapat 70 Partisipan dengan (33 %). Sama seperti Skor sedang, Skor Rendah memiliki hasil yang sama dengan skor sedang yakni 70 Partisipan dengan frekuensi (33%). Dan pada Skor Sangat Rendah memiliki Frekuensi 5 dengan persentase (2,4%).

Tabel 25. Hasil kategorisasi dimensi hubungan positif dengan orang lain

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Xmin	Xmax	Mean	Std	Xmin	Xmax	Mean	Std
Psychological well being	3	15	16,50	15	8	20	15,81	2,53
Complusive Buying	12	60	66	58	42	60	51,89	4,365

Pada Data di atas merupakan hasil dari Kategori skor dimensi hubungan positif dengan orang lain dengan skor hipotetik disertai nilai mean 16,50 dan standar deviasi 15. Pada skor empirik memiliki nilai mean 15,81 dengan standar deviasi 2,53.

Tabel 26. Hasil Kategorisasi skor empirik hubungan positif dengan orang lain

Kategorisasi	Psychological well being	Frekuensi	Percentage
Sangat Tinggi	$X > 20$	0	-
Tinggi	$20 \leq X < 17$	67	31,6 %
Sedang	$17 \leq X < 14$	63	29,7 %
Rendah	$14 \leq X < 11$	57	29,7 %
Sangat Rendah	$X < 11$	25	11,8%

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari skor dimensi hubungan positif dengan orang lain mendapatkan hasil bahwa dalam kategori tinggi mendapatkan hasil 67 dengan persentase(31,6 %), Pada skor sedang mendapatkan frekuensi 63 dengan persentase (29,7%). Pada skor dengan kategori rendah mendapatkan hasil frekuensi 57 dengan persentase (29,7%), pada skor pada skor sangat rendah memiliki nilai frekuensi 25 dan nilai percentace (11,8 %).

Tabel 27. Hasil kategorisasi dimensi penguasaan lingkungan

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Xmin	Xmax	Mean	Std	Xmin	Xmax	Mean	Std
Psychological well being	2	10	11,00	10	4	10	7,15	1,42
Complusive Buying	12	60	66	58	42	60	51,89	4,365

Pada data diatas merupakan hasil dari kategori skor dimensi penguasaan lingkungan dengan skor hipotetik disertai nilai mean 11 dan standar deviasi 10. Pada skor empirik memiliki nilai mean 7,15 dengan standar deviasi 1,42.

Tabel 28. Hasil kategorisasi skor empirik penguasaan lingkungan

Kategorisasi	Psychological well being	Frekuensi	Percentage
--------------	--------------------------	-----------	------------

Sangat Tinggi	$X > 9$	6	2,8%
Tinggi	$9 \leq X < 8$	35	16,5 %
Sedang	$8 \leq X < 6$	93	43,9 %
Rendah	$6 \leq X < 4$	73	34,4 %
Sangat Rendah	$X < 4$	5	2,4%

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari skor dimensi penguasaan lingkungan mendapatkan hasil bahwa dalam kategori sangat tinggi mendapatkan hasil 6 dengan persentase(2,8%), pada skor tinggi mendapatkan frekuensi 35 dengan persentase (16,5%). pada skor dengan kategori sedang mendapatkan hasil frekuensi 93 dengan persentase (43,9%), Pada skor rendah mendapatkan frekuensi sebanyak 73 dengan persentase (34,4%), Pada skor sangat rendah memiliki nilai frekuensi 5 dan nilai percentace (2,4 %).

Tabel 29. Hasil kategorisasi dimensi otonomi

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Xmin	Xmax	Mean	Std d	Xmin	Xmax	Mean	Std d
Psychologica I well being	4	20	22,00	19	12	20	16,72	2,11
Complusive Buying	12	60	66	58	42	60	51,89	4,365

Pada data diatas merupakan hasil dari kategori skor dimensi otonomi dengan skor hipotetik disertai nilai mean 22 dan standar deviasi 19. Pada skor empirik memiliki nilai mean 16,72 dengan standar deviasi 2,11.

Tabel 30. Hasil skor empirik dimensi otonomi

Kategorisasi	Psychological well being	Frekuensi	Percentage
Sangat Tinggi	$X > 20$	0	-
Tinggi	$20 \leq X < 17$	86	40,6 %
Sedang	$17 \leq X < 15$	68	32,1 %
Rendah	$15 \leq X < 12$	49	23,1%
Sangat Rendah	$X < 12$	9	4,2%

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari Skor dimensi penguasaan lingkungan mendapatkan hasil bahwa pada skor tinggi mendapatkan frekuensi 86 dengan persentase (40,6%). pada skor dengan kategori sedang mendapatkan hasil frekuensi 68 dengan persentase (32,1%), pada skor rendah mendapatkan frekuensi sebanyak 49 dengan persentase (23,1%), pada skor sangat rendah memiliki nilai frekuensi 9 dan nilai persentase (4,2 %).

b. *Compulsive Buying*

Kategorisasi variabel *Compulsive Buying* dapat ditentukan dari norma kategorisasi yang sudah dibuat berdasarkan data empirik. Maka dari itu untuk kategorisasi variabel *Compulsive Buying* adalah sebagai berikut.

Tabel 31. Hasil kategorisasi Compulsive Buying

Kategorisasi	<i>Compulsive Buying</i>	Frekuensi	Percentage
Sangat Tinggi	$X > 59$	7	3%
Tinggi	$54 \leq X < 59$	88	42%
Sedang	$49 \leq X < 54$	56	26%
Rendah	$44 \leq X < 49$	57	27%
Sangat Rendah	$X < 44$	4	2%

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari skor variabel *Compulsive Buying* mendapatkan hasil bahwa pada skor sangat

tinggi mendapatkan frekuensi 7 dengan persentase (3%). pada skor sangat tinggi mendapatkan frekuensi 88 dengan persentase (42%). pada skor dengan kategori sedang mendapatkan hasil frekuensi 56 dengan persentase (26%), pada skor rendah mendapatkan frekuensi sebanyak 57 dengan persentase (27%), pada skor sangat rendah memiliki nilai frekuensi 4 dan nilai persentase (2 %).

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas ini digunakan peneliti untuk mengetahui Daya Distribusi yang di peroleh telah terdistribusi normal. Uji ini menggunakan *SPSS 25 For Windows* Dan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika dalam sebuah analisis regresi mempunyai distribusi normal dengan kaidah bahwa ketika $p > 0.005$ maka data tersebut normal dan ketika $p < 0.05$ maka data tersebut tidak normal.

Tabel 32. Hasil Uji normalitas

Variabel	sig	keterangan
<i>Compulsive Buying</i> *Penerimaan diri	.550	signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *pengembangan diri	.987	signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Tujuan Hidup	.997	Signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Hubungan Positif Dengan Orang lain	.738	Signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Penguasaan Lingkungan	.632	Signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Otonomi	.468	Signifikan

Pada Hasil Uji Normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *Compulsive Buying* dan Variabel *Psychological well being* memiliki hasil uji normalitas normal dengan taraf signifikasi $>0,05$. Pada Uji normalitas

ini pada variabel compulsive buying dengan dimensi Penerimaan diri memiliki hasil .550 yang berarti signifikan, Pada *Compulsive Buying* dengan pengembangan diri memiliki nilai .987 yang berarti signifikan, pada *Compulsive Buying* dengan tujuan hidup memiliki nilai .997 yang berarti signifikan, pada *Compulsive Buying* dengan dimensi hubungan positif dengan orang lain memiliki nilai .738 yang berarti signifikan, Pada variabel *Compulsive Buying* dengan penguasaan lingkungan memiliki nilai .632 yang berarti signifikan dan pada variabel *Compulsive Buying* dengan dimensi terakhir yakni otonomi memiliki nilai .468 yang berarti signifikan.

b. Uji Linearitas

Pada Uji linearitas ini pengujian dilakukan guna mengetahui pengaruh dari *Psychological Well Being* Terhadap *Compulsive Buying*. Jika uji linearitas ini dapat dinilai Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel memiliki hubungan yang linier. Jika nilai Sig. > 0,05, maka variabel memiliki hubungan yang tidak linier (Machali, 2021).

Tabel 33. Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	P	Interpretasi
<i>Compulsive Buying</i> *Penerimaan diri	.880	.593	Linear
<i>Compulsive Buying</i> *Pengembangan diri	.984	.477	Linear
<i>Compulsive Buying</i> *Tujuan Hidup	1.333	.181	Linear
<i>Compulsive Buying</i> * Hubungan Positif dengan orang lain	1.674	.055	Linear
<i>Compulsive Buying</i> *Penguasaan Lingkungan	.775	.713	Linear
<i>Compulsive Buying</i> * Otonomi	.516	.937	Linear

Berdasarkan Hasil Uji linearitas diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antar variabel *Psychological Well Being* dan variabel *Compulsive Buying* sebab dalam uji linearitas ini di Buktikan dengan nilai P > 0,05. Pada variabel *Compulsive Buying* dengan

penerimaan diri memiliki Nilai .593 yang berarti antar variabel dan dimensi memiliki nilai .880 yang berarti linear, pada variabel *Compulsive Buying* dengan dimensi tujuan hidup memiliki nilai linearitas .181 Pada variabel *Compulsive Buying* dengan dimensi hubungan positif dengan orang lain memiliki nilai .055 yang berarti linear, Pada variabel *Compulsive Buying* dengan dimensi penguasaan lingkungan memiliki nilai .713 yang berarti linear sedangkan pada variabel *Compulsive Buying* dengan dimensi terakhir yakni otonomi memiliki Nilai .937 yang berarti linear. Artinya *Compulsive Buying* dengan *Psychological well being* memiliki pengaruh yang linear.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Regresi linear sederhana merupakan salah satu metode statistik inferensial yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y) dan memprediksi variabel dependen tersebut dengan menggunakan variabel independen.(Machali,2021).

Tabel 34.Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel			
Variabel	R	P	Interpretasi
<i>Compulsive Buying</i> *Penerimaan diri	.159	.021	Signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Pengembangan diri	.152	.027	signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Tujuan Hidup	.077	.266	Tidak signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Hubungan Positif dengan Orang lain	.051	.462	Tidak signifikan
<i>Compulsive Buying</i> *Pengenalan Lingkungan	.076	.272	Tidak signifikan
<i>Compulsive Buying</i> * Otonomi	.066	.340	Tidak signifikan

Hasil dari Data diatas merupakan data yang menggambarkan model regresi agar mengetahui angka konstan dan uji hipotesis regresi. Hasil dari Data diatas dijabarkan apabila ketika nilai probabilitas $< 0,05$ maka persamaan regresi signifikan dan linear namun apabila hasil $> 0,05$ maka persamaan regresi maka regresi tidak signifikan. Dari tabel diatas dapat diperoleh hasil untuk setiap dimensi berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa diantara variabel diatas mendapatkan nilai $>0,05$ maka pada penelitian ini tidak signifikan dan terdapat satu dimensi yang signifikan dengan nilai $0,012 (<0,05)$.

Tabel 35. Hasil Uji Determinasi

Variabel	R	R ²	Ket.
X-Y1	.159	.025	2,50%
X-Y2	.152	.023	2,30%

Berdasarkan uji determinasi ini dapat dijelaskan bahwa *Psychological well being* memberikan pengaruh pada *Compulsive Buying*. Pada Variabel *Compulsive Buying* dan Dimensi penerimaan diri terdapat 2,5%, apabila dilihat dari R² Artinya antara *compulsive buying* dan *psychological well being* memberikan sumbangan pada dimensi penerimaan diri terhadap *compulsive buying* sebesar 2,5%. Selanjutnya Pada *psychological well being* memberikan sumbangan sebanyak 2,3 % pada dimensi pengembangan diri terhadap *compulsive buying*.

D. Pembahasan

Data yang diambil dengan jumlah 212 partisipan peneliti dapat menyimpulkan bahwa. Partisipan pada penelitian ini adalah generasi Z dengan

rentang tahun 1997 hingga 2012 yang didominasi oleh generasi z pada usia 22 tahun dengan persentase paling banyak. (tahap perkembangan usia).

Penelitian Ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Compulsive Buying* Terhadap *Psychological well being* pada Generasi Z penggemar obsesif K-POP. Pada Penelitian Ini Sebelum melakukan analisa Dengan regresi linier sederhana akan terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi yakni uji normalitas untuk melihat data apakah terdistribusi baik atau tidak dan uji linearitas untuuk melihat apakah variabel bebas dan variabel tergantung memiliki pengaruh yang linear.

Pada uji regresi linier sederhana penelitian ini menghasilkan bahwa satu dimensi yang diterima variabel *Compulsive Buying*. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian kompulsif dapat mempengaruhi dimensi penerimaan diri. Hal ini juga diikuti dengan hasil kategorisasi yang tinggi dengan persentase 40%. Pada hasil uji determinasi juga *Compulsive buying* dengan dimensi penerimaan diri memiliki pengaruh sebesar 2,5 %. hal ini pernah disebutkan pada jurnal milik Soliha (2010) yang mengatakan bahwa penerimaan diri berpengaruh terhadap pembelian kompulsif. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian milik Vilanty dan Sumaryati (2019) yang mengatakan ketika mereka sedang sendiri, sedang merasa kesepian, merasakan kesedihan sehingga utuk menghibur diri, dilakukan dengan berbelanja dapat membuat suasana hatinya menjadi senang dan terlepas dari perasaan sedih yang saat itu sedang dirasakan. Selain itu penerimaan diri juga disebabkan oleh faktor lain salah satunya faktor pengaruh sosial dan motivasi. Menurut Rosadi & Nurlatifah (2022) mengatakan bahwa Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan sesuatu

perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan karena kebutuhan yang dirasakan konsumen.

Dimensi lain yang dapat dipengaruhi oleh *Compulsive Buying* adalah Dimensi Pengembangan diri. Hal ini juga diikuti dengan hasil kategorisasi sedang dengan persentase 39,6%. Pada hasil uji determinasi juga *Compulsive buying* dengan dimensi pengembangan diri memiliki pengaruh sebesar 2,3 %. Pengembangan diri berarti mengembangkan bakat yang dimiliki, mewujudkan impian-impian, meningkatkan rasa percaya diri, menjadi kuat dalam menghadapi percobaan, dan menjalani hubungan yang baik dengan sesamanya. Bila sudah terlanjur terjebak dalam perilaku pembelian kompulsif, resiko jangka pendeknya memang dapat meningkatkan rasa percaya diri, namun sifatnya sementara (euforia). Setelah itu, bisa menimbulkan rasa menyesal ataupun uangnya habis bahkan bisa saja terjatuh hutang. Apalagi pada umumnya belum memiliki penghasilan sendiri, sehingga masih menggantungkan pada pemberian orang tua. proses perkembangan diri meliputi perubahan-perubahan yang berhubungan dengan perkembangan fisik, kognitif, kepribadian dan sosial (Magestuti 2024).

Pada hasil uji daya beda pada usia dapat dibedakan menjadi dua macam usia yakni remaja akhir dan dewasa awal pembelian kompulsif atau *Compulsive buying* lebih sering dilakukan oleh dewasa awal. Hal ini dapat dipengaruhi oleh gaya hidup dewasa awal yang memiliki kemandirian finansial.

Dalam kondisi menjadi seorang penggemar, para K-POPers cenderung dinilai mampu mengembangkan dirinya berkat ikatan emosional yang dimiliki dengan sang idola. Dengan adanya bentuk dukungan emosional tersebut, para

penggemar berusaha untuk menjadi pribadi yang lebih baik sehingga nilai pertumbuhan pribadinya meningkat (Aristyawati & Wulanyani, 2023).

Hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya pengaruh antara pembelian kompulsif dengan dimensi penerimaan diri dan pengembangan diri dalam *Psychological well being* generasi Z, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya Hal ini dikuatkan oleh penelitian milik Alila dan dewi (2024) yang mengatakan Penggemar K-Pop akan merasakan adanya kepuasan tersendiri setelah membeli *merchandise*. Pembelian *merchandise* juga dilakukan sebagai rewards dan penyemangat diri ketika penggemar telah berhasil mencapai tujuannya. Generasi Z mulai menerima pencapaian diri mereka dengan membeli merch yang ada guna menjadi penghargaan diri atas keberhasilan suatu hal. Hal ini pun membuktikan bahwa pembelian kompulsif tidak harus bersifat negatif. namun disisi lain generasi Z penggemar obsesif K-POP tidak bisa menerima diri sebagai penggemar biasa melainkan menjadi penggemar yang berlebihan terhadap idolanya hingga membeli banyak barang yang digunakan idolanya. Mereka harus terus berbelanja untuk mendapatkan barang-barang baru sebagai bentuk untuk selalu dinilai bagus oleh teman-temannya dan seolah-olah harus terus memenuhi harapan mereka (Sari, 2016).

Selain dimensi penerimaan diri dan pengembangan diri , terdapat dimensi yang tidak memiliki pengaruh. Dimensi tersebut merupakan dimensi tujuan hidup, hubungan positif dengan orang lain, penguasaan lingkungan dan otonomi. Alasan Tujuan hidup tidak memiliki pengaruh terhadap *Compulsive Buying* sebab penggemar tidak merasa bahwa dirinya memiliki tujuan yang tidak terarah saat membeli barang barang *merchandise*. Sedangkan, alasan

pada dimensi penguasaan lingkungan adalah penguasaan lingkungan dan *compulsive buying* merupakan hal yang berbeda.

Seperti yang masyarakat ketahui bahwa Generasi Z mulai banyak melakukan Pembelian komplusif yang disebabkan oleh keinginan diri sendiri. Hal ini menjadikan generasi Z mulai berlomba lomba untuk mendapatkan barang idola mereka tanpa memikirkan keadaan dan kondisi diri sendiri. Perasaan bahagia muncul ketika K-Popers merasakan kebahagiaan. Menurut Wardani (2015) menjelaskan bahwa para penggemar K-POP juga rela menghabiskan banyak uang yang digunakan untuk membeli tiket konser idolanya dengan harga yang mencapai jutaan rupiah, membeli pernak pernik atau *merchandise* secara berulang-ulang. Hal ini menyebabkan generasi Z mengalami *Compulsive Buying*. dengan ini dinyatakan bahwa Penggemar K-POP memiliki kebiasaan dalam melakukan pembelian *merchandise* idola yang disukainya. Luo (2005) mengatakan bahwa teman sebaya yang hadir mampu mendorong hasrat untuk membeli dan juga pengaruh gender mampu mempengaruhi pembelian produk secara konsumtif yang ditimbulkan dari konsep diri individu tersebut yang rendah namun hal ini tidak sesuai dengan hasil hipotesis penelitian ini (Andadini & Darmawanti, 2023)..

Hasil dari penelitian ini adalah Pengaruh compulsive buying hanya terjadi pada beberapa dimensi *psychological well being*. Penggemar obsesif K-POP melakukan pembelian kompulsif ini guna memenuhi keinginan diri sendiri. Pengemar ini mulai melakukan pembelian barang akibat adanya obsesi berlebihan pada idolanya. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya generasi Z yang melakukan pembelian lebih dari satu barang setiap idolanya menerbitkan

album baru. Bahkan, penggemar mulai membeli tiket tiket konser sang idola dengan alasan sebagai reward atas pencapaian diri individu.

Kelemahan dari penelitian ini adalah peneliti tidak mendampingi subjek dalam penelitian ini. sehingga menjadikan penelitian ini tidak memiliki data yang cukup hingga menjadikan data ini memiliki kekurangan dalam hasil data yang didapatkan secara online. sehingga penelliti harus mendapatkan data tambahan dengan observasi pada lingkungan sekitar.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA