

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada penggemar JKT48. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada penggemar JKT48. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 40 orang penggemar JKT48. Alat ukur yang digunakan adalah skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Analisis yang digunakan adalah Korelasi *Product Moment* dari Pearson, analisis tersebut untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada penggemar JKT48. Hasilnya diketahui $r = 0,363$ ($p < 0,050$), dari hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada penggemar JKT48. Konformitas memberikan sumbangan efektif sebesar 13,2% terhadap perilaku konsumtif pada penggemar JKT48.

Kata kunci: perilaku konsumtif, konformitas, penggemar JKT48

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between conformity with consumptive behavior on JKT48 fans. The hypothesis proposed in this study is there is a positive relationship between conformity with consumptive behavior on fans JKT48. Subjects in this study were 40 fans of JKT48. Measuring instrument used in this study is the scale of conformity and scale of consumptive behavior. The analysis is the Pearson Product Moment Correlation, the analysis is used to determine whether there is a relationship between conformity with consumptive behavior on JKT48 fans. The result is known as $r = 0.363$ ($p < 0.050$), the result of research there is positive and significant relation between conformity with consumptive behavior on fan JKT48. Conformity contribute effectively amounted to 13.2% of consumptive behavior on the fan JKT48.

keywords: *consumptive behavior, conformity, JKT48 fans*