

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 7
A. <i>Celebrity Worship</i>	7
B. <i>Psychological Ownership</i>	9
C. <i>Fans K-Pop</i>	15
D. Kerangka Pemikiran	19
E. Hipotesis Penelitian	20
 BAB III METODE PENELITIAN	 21
A. Lokasi dan Subjek Populasi/Sampel Penelitian	21
B. Desain Penelitian	21
C. Metode Penelitian	22
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	22
E. Instrumen Penelitian	23
F. Proses Pengembangan Instrumen	25
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Analisis Data Kuantitatif	36
I. Analisis Data Kualitatif	43
J. Prosedur Penelitian	44
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 47
A. Hasil Penelitian Kuantitatif	47
B. Hasil Penelitian Kualitatif	51
C. Pembahasan	63
 BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	 73
A. Kesimpulan	73
B. Rekomendasi	74

LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Penyekoran Instrumen	24
Tabel 3.2	Kategorisasi Nilai KMO	26
Tabel 3.3	Item-item Instrumen <i>Celebrity Worship</i>	27
Tabel 3.4	Nilai KMO-MSA Instrumen <i>Celebrity Worship</i>	28
Tabel 3.5	Hasil Ekstraksi dan Rotasi Instrumen <i>Celebrity Worship</i>	28
Tabel 3.6	Penamaan Faktor Instrumen <i>Celebrity Worship</i>	29
Tabel 3.7	Item-item Instrumen <i>Psychological Ownership</i>	30
Tabel 3.8	Nilai KMO-MSA Instrumen <i>Psychological Ownership</i>	30
Tabel 3.9	Hasil Ekstraksi dan Rotasi Instrumen <i>Psychological Ownership</i>	31
Tabel 3.10	Penamaan Faktor Instrumen <i>Psychological Ownership</i>	32
Tabel 3.11	Kategorisasi Koefisien Reliabilitas	33
Tabel 3.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Celebrity Worship</i>	33
Tabel 3.13	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Psychological Ownership</i>	34
Tabel 3.14	Kisi-kisi Pedoman Wawancara	35
Tabel 3.15	Hasil Uji Normalitas Data	37
Tabel 3.16	Hasil Uji Linieritas Data	38
Tabel 3.17	Hasil Perhitungan Variabel <i>Celebrity Worship</i>	40
Tabel 3.18	Norma Kategorisasi Variabel <i>Celebrity Worship</i>	40
Tabel 3.19	Hasil Perhitungan Variabel <i>Psychological Ownership</i>	41
Tabel 3.20	Norma Kategorisasi Variabel <i>Psychological Ownership</i>	42
Tabel 3.21	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	43
Tabel 4.1	Gambaran <i>Fans</i> Super Junior di Bandung	47
Tabel 4.2	Gambaran Umum Variabel <i>Celebrity Worship</i> pada <i>Fans</i> Super Junior di Bandung	48
Tabel 4.3	Gambaran Umum Variabel <i>Psychological Ownership</i> pada <i>Fans</i> Super Junior di Bandung	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Korelasi antara <i>Celebrity Worship</i> dengan <i>Psychological Ownership</i> pada <i>Fans</i> Super Junior	50

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1	Distribusi Variabel <i>Celebrity Worship</i>	37
Grafik 3.2	Distribusi Variabel <i>Psychological Ownership</i>	38
Grafik 3.3	Hasil Uji Linieritas Data	39
Grafik 4.1	Gambaran Umum Variabel <i>Celebrity Worship</i> pada <i>Fans Super Junior</i>	48
Grafik 4.2	Gambaran Umum Variabel <i>Psychological Ownership</i> pada <i>Fans Super Junior</i>	49

