

## Abstrak

Pembelian kompulsif merupakan perilaku membeli suatu produk yang cenderung sejenis dengan frekuensi tinggi, menimbulkan kesenangan saat proses membeli, namun menyesal setelah membelinya. Fenomena ini juga banyak dijumpai pada remaja penggemar BTS (*Bangtan Sonyeondan*). Jika dibiarkan dalam jangka waktu panjang akan berdampak negatif baik secara materil maupun psikis, seperti penyesalan mendalam, frustrasi, terlilit hutang, konflik interpersonal dan sebagainya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah komunikasi keluarga dan *celebrity worship* mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif pada penggemar BTS. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan rancangan korelasional prediktif, sampel diambil secara *random* sebanyak 285 penggemar BTS yang tergabung dalam grup jual beli *merchandise* di Line. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif pada remaja penggemar BTS. Pembelian kompulsif pada remaja penggemar BTS tidak dipengaruhi oleh komunikasi keluarga secara parsial, namun ketika bersama-sama dengan *celebrity worship*, dapat menjadi prediktor.

**Kata Kunci :** *Pembelian kompulsif, komunikasi keluarga, celebrity worship, penggemar BTS, merchandise.*