

Abstrak

Celebrity worship merujuk pada kekaguman yang berlebihan terhadap selebriti atau idola, seringkali mempengaruhi perilaku individu dalam membelanjakan barang dan jasa secara berlebihan atau dikenal dengan perilaku konsumtif. Harga diri diprediksi dapat memoderasi hubungan antara celebrity worship terhadap perilaku konsumtif. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana celebrity worship mempengaruhi perilaku konsumtif serta mengetahui peran harga diri dalam hubungan keduanya. Adapun metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik convenience sampling. Subjek pada penelitian ini sebanyak 210 orang penggemar JKT48 berdomisili Bandung dengan rentang usia 18 tahun - 25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity worship berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 36,7%. Namun penelitian ini menemukan bahwa harga diri tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara celebrity worship dan perilaku konsumtif.

Kata Kunci : *Celebrity worship, perilaku konsumtif, harga diri*