

Analisis pengaruh pemujaan idola dalam memprediksi keanggotaannya dalam kelompok konsumen music purchase intention atau music piracy intention = The effect of idol worship in predicting consumer group membership music purchase intention group or music piracy intention group

Aldilla Reza El Rozak, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20430996&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pemujaan idola merupakan suatu obsesi individu terhadap seseorang di mata publik dimana pemujaan idola merupakan proses normal dari pembentukan identitas diri dari seorang anak-anak dan remaja. Seseorang yang dijadikan idola adalah orang-orang terkenal dari berbagai bidang pekerjaan, salah satunya adalah bidang entertainment seperti penyanyi, aktor, dan atlit. Pemujaan idola dalam diri seorang individu terdiri dari dimensi social worship dan personal worship. Pemahaman yang baik terhadap pemujaan idola dapat membantu industri musik dalam meningkatkan pembelian produk musik dan mengurangi pembajakan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pemujaan idola (social worship dan personal worship) dalam memprediksi keanggotaannya dalam kelompok konsumen music purchase intention atau music piracy intention. Responden dari penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki idola favorit yang paling dipuja yang berasal dari berbagai genre musik dan dalam berbagai bentuk (band, solo-singer, ataupun idol group). Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis diskriminan dan analisis kluster. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dimensi social worship dan personal worship memiliki pengaruh positif dalam memprediksi keanggotaan kelompok konsumen yang melakukan music purchase intention atau music piracy intention. Kemudian, ditemukan juga bahwa variabel moderasi product involvement dapat mempengaruhi secara positif dimensi social worship dan personal worship dalam memprediksi keanggotaan kelompok yang melakukan music purchase intention atau music piracy intention.

ABSTRACT

Idol worship is an individual obsession against someone in the public eye where idol worship is a normal process of identity formation of the children and adolescents. Someone who idolized is well-known people from various fields of work, one of which is the field of entertainment such as singers, actors, and athletes. Idol worship in an individual consists of a social and personal dimension of worship. A good understanding of idol worship can help the music industry to increase the purchase of products and reduce music piracy. This study aims to analyze the effect of idol worship (social and personal worship) in predicting membership in a group of music consumers purchase intention or music piracy intention. Respondents of this study are the ones who have the most adored favorite idols from various genres of music and in various forms (bands, solo-singer, or idol group). Discriminant analysis and cluster analysis is used to process the data. The results from this study show that the social and personal dimension of worship have a positive influence in predicting group membership consumers who make music purchase intention or music piracy intention. Furthermore, the moderating variable of product involvement can positively influence the social and personal dimension of worship in predicting group membership that does music purchase intention or

music piracy intention.