



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 5085-5103

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada NCTzen Dewasa Awal di Tangerang

Bella Indi Rahmawati Hafid^{1✉}, Yohana Wuri Satwika²

Universitas Negeri Surabaya

Email: bella.20062@mhs.unesa.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penyebaran K-Pop yang berlangsung dengan cepat di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Hal ini menjadi tren bagi kalangan muda, yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif untuk membeli hal-hal yang berkaitan dengan idola yang disukai. Kontrol diri dianggap berkaitan dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada NCTzen dewasa awal di Tangerang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Subjek pada penelitian berjumlah 272 orang dengan kriteria penggemar NCT atau NCTzen, berusia 18 – 25 tahun, berdomisili di Tangerang raya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berisi skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif. Metode analisis data yang digunakan adalah korelasi pearson product moment. Temuan penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada NCTzen dewasa awal di Tangerang dengan koefisien korelasi senilai 0,241. Sehingga dapat dikatakan kontrol diri yang semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin rendah, begitupun sebaliknya.

Kata Kunci: *Dewasa Awal, Kontrol Diri, NCTzen, Perilaku Konsumtif*

Abstract

The spread of K-Pop is taking place rapidly around the world including in Indonesia. This has become a trend for young people, which can lead to consumptive behavior to buy things related to the idols they like. Self-control is considered to be related to consumptive behavior. This study aims to determine the relationship between self-control and consumptive behavior in early adult NCTzen in Tangerang. The research method used in this study is quantitative method. The sample used in this research was 272 people with the criteria of NCT fans or NCTzen, aged 18-25 years, domiciled in Tangerang. The data collection technique used in this research is a questionnaire containing a self-control scale and a consumptive behavior scale. The data analysis method used in this research was the Pearson product moment correlation which shows that there is a negative relationship between self-control and consumptive behavior in early adult NCTzen in Tangerang with a correlation coefficient value of 0.241. So it can be said that the higher the self-control, the lower the consumptive behavior, and vice versa.

Keyword: Early Adult, Self Control, NCTzen, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Korean wave atau gelombang korea yang sedang digemari oleh orang-orang di seluruh dunia menyebar dengan sangat cepat. Korean wave ini terdiri dari berbagai macam seperti K-Drama (Korean Drama), K-Pop (Korean Pop), K-Fashion (Korean Fashion), dan lainnya. Budaya korea ini sangat digemari oleh banyak orang di berbagai negara salah satunya Indonesia. Disebutkan pula oleh Kim Jang Sil selaku Presiden Korea Tourism Organization dari survei yang dilakukan pada 26 negara didapati hasil bahwa konsumsi konten terkait budaya Korea di Indonesia sebanyak 35% (Tashandra, 2023). Hal ini memperlihatkan adanya minat besar dari masyarakat Indonesia terhadap budaya korea.

Penyebaran korean wave sudah dimulai sejak lama di Indonesia, yakni mulai tahun 2000-an melalui pertunjukkan drama korea di televisi Indonesia seperti Winter Sonata maupun Full House. Dimulai dari penayangan drama korea, difusi penyebaran budaya korea di Indonesia pun terus berkembang seiring berkembangnya teknologi dan zaman. Terutama budaya K-Pop yang dengan cepat menyebar di Indonesia melalui internet maupun media sosial. Seperti yang diungkap oleh Trihanna Kezya (mahasiswi) yang sudah menjadi K-Popers (sebutan untuk penggemar K-Pop) sejak lama bahwasanya korean wave dan K-Pop sudah berkembang dengan cepat di Indonesia bahkan sudah masuk ke dalam keseharian penggemarnya (Angeline, 2018).

K-Pop sendiri identik dengan boygroup (grup idola pria) atau girlgroup (grup idola perempuan) yang dikelola oleh suatu agensi atau manajemen. Ada beberapa boygroup dan girlgroup populer yang tengah digemari oleh penggemar di Indonesia seperti BTS,

EXO, Seventeen, NCT, TXT, Blackpink, TWICE, ITZY, dan Super Junior. Pengaruh K-Pop pada masyarakat Indonesia sangat besar dilihat dari banyaknya remaja yang mengikuti komunitas fandom dari grup yang disukai. Dengan meningkatnya konsumsi budaya K-Pop ini tidak jarang meningkatkan sikap berlebihan para penggemar yang terlihat dari perilaku untuk mengikuti atau meniru idola yang disukai atau yang disebut juga bias. Hal ini bisa berefek pada perilaku konsumtif yang ditunjukkan penggemar dengan membeli merchandise, album, photocard, poster, dan hal lain yang berhubungan dengan idolanya yang harganya bisa ratusan hingga jutaan (Wangi, 2023).

Salah satu boygroup yang memiliki fandom besar di Indonesia adalah NCT. NCT atau Neo Culture Technology merupakan grup yang dinaungi oleh agensi SM Entertainment asal Korea Selatan. Grup NCT memiliki 23 anggota dan jumlah anggota akan terus bertambah. Grup NCT dibagi menjadi beberapa sub-unit, yakni NCT U, NCT 127, NCT Dream, WayV dan unit lain yang akan datang (Wardana, Salsabilla, & Simanjorang, 2023). NCT Wish merupakan unit terakhir dari grup NCT yang telah melangsungkan debutnya pada Februari 2024 sehingga jumlah total anggota NCT saat ini berjumlah 27 anggota (Fibria, 2023). Lebih lanjut, grup NCT memiliki penggemar yang disebut sebagai NCTzen. NCTzen ini berasal dari kata NCT dan citizen yang berarti penduduk. NCTzen merupakan istilah yang dipakai oleh fans NCT untuk mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dalam fandom grup tersebut (Berita Hari Ini, 2023).

Databoks menghimpun data total penjualan album NCT beserta unitnya sejak debut pada tahun 2016 hingga tahun 2021 yang mencapai total 16,95 juta kopi album fisik. Dengan jumlah penjualan album NCT 127 berjumlah 6,64 juta kopi, NCT 5,2 juta kopi, dan NCT Dream berjumlah 5,11 juta kopi (Pahlevi, 2022). Lalu, berdasarkan data dari korean sales album ISTJ milik NCT Dream menjadi salah satu album terlaris di minggu pertama tahun 2023 dilansir dari Hanteo yang mencapai 3,6 juta kopi (Salsabila & Fitrida, 2023). Data penjualan album tersebut menunjukkan bahwa adanya minat yang besar dari penggemar NCT di seluruh dunia pada grup NCT dengan penjualan album yang tinggi. Pembelian album tersebut tentunya merupakan dukungan dari penggemar NCT atau NCTzen untuk mendukung grup idola yang disukai.

Penggemar boygroup maupun girlgroup asal Korea Selatan dikenal sebagai penggemar yang loyal dan royal. Mereka dapat menghabiskan uang untuk idola yang mereka sukai. Loyalitas fans ini ditunjukkan kepada selebriti kesukaan mereka dan dianggap sebagai suatu tindakan positif yang terlihat dari waktu ke waktu dengan membeli barang-barang yang memiliki kaitan dengan selebriti yang disukai (Perbawani & Nuralin, 2021). Seperti beberapa penggemar K-Pop yang dapat mengeluarkan uang hingga ratusan

juta rupiah demi idolanya. Salah satunya Jessica (fans BTS) yang telah menghabiskan sekitar 50 juta dalam waktu dua tahun untuk mendukung idolanya. Ia mengatakan bahwa dengan membeli merchandise, produk kolaborasi dengan BTS, maupun barang yang digunakan oleh idolanya dapat membuat ia merasa dekat dengan para member boygroup tersebut (Salsabila, 2023).

Pengalaman lainnya dari Stephanie yang merupakan seorang penggemar Seventeen dan NCT. Ia rela pergi bolak-balik ke luar negeri demi grup yang ia sukai. Stephanie sendiri mengaku telah menghabiskan kurang lebih 142 juta dalam waktu setahun untuk mendukung grup idola yang disukai. Biaya tersebut digunakan untuk membeli merchandise, menonton konser idola, maupun pergi ke Korea Selatan untuk mengunjungi tempat yang pernah dikunjungi idolanya. Ia pun mengoleksi photocard, light stick, album, hingga produk kecantikan yang melakukan kolaborasi dengan NCT ataupun Seventeen (Salsabilla, 2023). Selain itu, Rere (20 tahun) juga mengoleksi merchandise dari NCT Dream seperti photocard yang bermula dari hadiah yang diberikan temannya lalu ia coba beli sendiri dan menjadi kebiasaan untuk membeli hal tersebut. Ia mengaku dapat menghabiskan uang hingga 300 ribu untuk membeli merchandise tersebut. Ia pun menyadari bahwa kebiasaan tersebut merupakan bentuk perilaku konsumtif dan pemborosan (Aprianti, 2022).

Hasil survey yang telah dilakukan kepada NCTzen dewasa awal di Tangerang sebagai bentuk studi pendahuluan pun mendukung fenomena perilaku konsumtif tersebut. Survey dilakukan dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner yang menunjukkan bahwa 9 dari 14 responden seringkali membeli merchandise tanpa memikirkan secara matang. Semua responden pun tertarik membeli pernak-pernik yang berkaitan dengan idolanya. Lalu, 8 dari 14 responden ini mampu mengeluarkan uang yang lebih banyak untuk mendukung idolanya. Hal ini didukung dengan pembenaran responden bahwasanya mereka dapat menggunakan tabungan untuk membeli merchandise dan tiket konser dari idola yang mereka sukai. Berdasarkan survey tersebut dapat dilihat bahwa kebanyakan responden memiliki karakteristik perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan kesanggupan untuk mengeluarkan biaya yang lebih banyak untuk membeli pernak-pernik maupun tiket konser idolanya dan seringkali membeli merchandise idolanya tanpa pertimbangan yang matang.

Ada dua faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif yang ditunjukkan penggemar K-Pop, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal ini dapat terbentuk dari diri individu tersebut, misalnya kepribadian, motivasi, finansial, gaya hidup, motivasi, nilai yang dimiliki, dan perilaku. Sedangkan, faktor eksternal bisa didapatkan dari lingkungan

sekitar individu, seperti budaya, lingkungan keluarga, kelompok acuan, dan status sosial. Lebih lanjut, status ekonomi atau pendapatan yang dimiliki individu bisa menjadi salah satu faktor penyebab perilaku konsumtif (Attan & Natsir, 2023).

Pendapat serupa dikemukakan oleh Rangkuti (2017) yang menjelaskan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu pertama, faktor budaya yang memiliki pengaruh mendalam pada diri individu. Yang kedua, faktor sosial seperti keluarga, kelompok acuan, dan peran maupun status yang dimiliki individu. Yang ketiga, karakteristik pribadi seperti usia yang dapat memengaruhi selera dan ketertarikan individu, gaya hidup, lingkungan ekonomi dan pekerjaan, kepribadian maupun konsep diri yang dimiliki. Yang keempat, faktor psikologis seperti motivasi yang dimiliki, persepsi, keyakinan, dan pembelajaran, juga sikap yang dimiliki dapat memengaruhi perilaku konsumsi individu.

Dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif ini dapat dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor. Dalam hal ini, pembelian penggemar K-Pop terhadap merchandise dan pernak pernik yang berkaitan dengan idolanya termasuk kedalam faktor psikologis, yakni motivasi dimana penggemar dapat membangkitkan perasaan khusus yang dapat menghubungkan mereka dengan idola yang mereka sukai melalui barang-barang yang berkaitan dengan idolanya (Pamungkas, 2023). Perbawani dan Nuralin (2021) menyatakan bahwa individu yang bergabung dalam suatu fandom K-Pop cenderung berkeinginan untuk melakukan pembelian terhadap hal-hal yang terkait dengan idolanya. Perilaku pembelian tersebut jika tidak dikendalikan dengan baik akan menimbulkan perilaku pembelian yang berlebihan dan menimbulkan perilaku konsumtif pada diri individu.

Seperti kasus yang dimiliki gadis remaja asal Filipina. Ia melakukan tindakan menyimpang dengan mencuri uang orang tua dan keluarganya untuk membeli merchandise yakni photo card idola K-Pop yang ia sukai. Pada awalnya, ia menggunakan uang saku yang dimiliki untuk membeli merchandise tersebut namun saat uang sakunya habis ia mulai mencuri uang dari orang tua dan keluarganya. Uang yang dicuri olehnya mencapai kisaran 557 juta rupiah (Marifah, 2023). Hal ini merupakan salah satu dampak dari perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, akibatnya individu melakukan tindakan apapun untuk mendapatkan hal yang diinginkan. Rendahnya kontrol diri pada diri individu menyebabkan individu tidak bisa mengendalikan dirinya dan mengambil keputusan tanpa pertimbangan yang baik sehingga berdampak buruk untuk dirinya dan orang di sekitarnya.

Menurut Mowen dan Michael (dalam Rahmawati & Surjanti, 2021) perilaku konsumtif ialah perilaku membeli suatu produk tanpa menimbang secara logis dan dilakukan hanya untuk kesenangan mereka saja. Hal ini sesuai dengan fenomena yang dijelaskan sebelumnya dimana penggemar membeli produk terkait idolanya untuk kesenangan

semata tanpa mempertimbangkannya dengan rasional. Seperti yang dijelaskan oleh Lina dan Rosyid (1997) bahwa individu dapat dikatakan konsumtif apabila membeli suatu produk atau barang yang bukan kebutuhan rasionalnya dikarenakan pembelian tersebut didasarkan pada keinginan yang berlebihan bukan pada kebutuhannya. Hal yang terjadi pada kasus tersebut didasarkan pada keinginan berlebihan yang dimiliki gadis tersebut sebagai fans untuk memiliki photocard idola yang ia sukai tanpa memikirkan kebutuhan yang lebih penting. Berdasarkan hal tersebut, individu memerlukan kemampuan dalam mengelola dan mengarahkan keputusan pembelian sebagai upaya mencegah perilaku konsumtif, yakni pengendalian diri pada diri individu agar individu mampu mempertimbangkan konsekuensi dari setiap tindakannya.

Seperti penjelasan dari Marsela dan Supriatna (2019) yang menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengelola, membina, dan mengarahkan tindakan ke arah yang memberikan konsekuensi positif dan menjadi kemampuan yang dapat digunakan seseorang sepanjang hidupnya dalam menghadapi keadaan yang terjadi disekitarnya. Dengan memiliki kontrol diri yang baik individu mampu mengarahkan dirinya dalam membuat keputusan yang menghasilkan konsekuensi positif. Selain itu, Haryani dan Herwanto (2015) mengungkapkan bahwa individu dengan kontrol diri tinggi memedulikan cara yang benar dalam berperilaku di berbagai macam situasi. Perilakunya pun responsif akan situasi disekitarnya, fleksibel, berupaya memudahkan interaksi, memiliki sikap hangat dan terbuka. Perilaku kontrol diri yang baik inilah dapat mengarahkan dan mengendalikan diri individu untuk berperilaku positif. Dalam hal ini, kontrol diri berfungsi sebagai alat pengendalian diri bagi NCTzen untuk mempertimbangkan setiap pembelian pernak pernik yang berkaitan dengan idolanya agar tidak konsumtif. Seperti yang diungkap oleh Ayu dkk. (2023) dengan adanya kemampuan kontrol diri, individu mampu mengendalikan dirinya untuk tidak terpengaruh oleh stimulus internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi perilaku individu. Hal ini bisa mencegah individu bersikap impulsif.

Menurut Attan dan Natsir (2023) kontrol diri dapat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang karena pada umumnya orang yang kontrol dirinya rendah memiliki tendensi untuk bertindak konsumtif yang dapat berdampak buruk pada dirinya. Hal tersebut terjadi dikarenakan tidak adanya kontrol atau pengelolaan diri dari dua faktor yang dapat memengaruhi tindakan individu, yakni internal dan eksternal. Kemudian, hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh Tripambudi dan Indrawati (2018) terkait kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian gadget dengan subjek mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro menunjukkan hasil adanya hubungan negatif pada kedua variabel tersebut. Dapat diartikan kontrol diri yang semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin

rendah dan sebaliknya. Sama halnya dengan penelitian Kharimah dan Laili terkait kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan subjek mahasiswi prodi psikologi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (2024) yang menunjukkan hubungan negatif dengan makna kontrol diri yang semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin rendah begitupun sebaliknya kontrol diri yang semakin rendah maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi.

Berdasarkan survei yang dilaksanakan oleh IDN Times didapatkan hasil berupa fans K-Pop di Indonesia lebih banyak diisi oleh fans yang berusia 20 tahun-an. Usia 20 tahun ini tergolong ke dalam usia dewasa awal yang mana individu yang memasuki fase dewasa awal diharapkan bisa bersikap dan berperilaku dengan bijaksana serta menyelesaikan tugas perkembangannya dengan baik. Seperti yang diungkap oleh Putri (2019) tentunya dalam menjalani kehidupan individu yang memasuki fase dewasa awal perlu dan harus menyelesaikan tugas perkembangan yang dimiliki, dengan begitu individu tidak akan mendapatkan masalah yang berarti dan dapat menjalani kehidupan selanjutnya dengan bahagia. Oleh karena itu, perilaku konsumtif dari penggemar NCTzen dewasa awal menarik untuk diteliti dikarenakan seiringnya bertambah usia seorang dewasa awal diharapkan dapat bersikap bijaksana dalam berperilaku sebagai bentuk mengendalikan dirinya dengan baik.

Selanjutnya, Tangerang termasuk salah satu wilayah di Provinsi Banten dan menempati posisi ketiga terbesar di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) (Seputar Jakarta, 2023). Tangerang raya yang berdekatan dengan ibukota Indonesia menjadi salah satu kota penyangga Jakarta. Dengan demikian, akses informasi dan transportasi cenderung lebih mudah didapatkan karena Tangerang berada di pusat kota. Dalam hal ini, penyebaran budaya K-Pop yang memasuki wilayah Tangerang dan sekitarnya cenderung mudah untuk diikuti oleh anak muda karena menjadi tren baru. Ditambah akses fasilitas venue untuk konser idola K-Pop seringkali bertempat di ICE BSD yang berlokasi di Kabupaten Tangerang. Hal tersebut memudahkan fans yang berdomisili di Tangerang raya untuk mendukung idolanya dengan menghadiri konser. Dikarenakan hal tersebut, Tangerang menjadi wilayah yang menarik untuk menjadi lokasi penelitian.

Dapat dilihat dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat perbedaan pada subjek penelitian serta lokasi penelitian. Maka dari itu, penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana hubungan antara kedua variabel tersebut dengan subjek serta lokasi penelitian yang berbeda.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipilih dan digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang mengumpulkan data dalam bentuk kuantitatif atau dalam format yang dapat dianalisis atau dikuantifikasi menggunakan metode statistik (Yusuf, 2014). Lalu, pendekatan penelitian korelasional digunakan pada penelitian ini. Jenis penelitian korelasional memiliki tujuan untuk melihat adanya hubungan atau korelasi antara dua variabel atau lebih (Paramita dkk., 2021).

Pada penelitian ini, populasi yang diambil adalah penggemar NCT atau NCTzen di Tangerang. Penentuan sampel mengacu pada tabel penentuan sampel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 10% maka didapatkan sampel penelitian dengan populasi tidak diketahui berjumlah 272 responden. Kemudian, teknik pengambilan sampel yang digunakan *Nonprobability Sampling*, yakni *Purposive Sampling*.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk skala likert yang terdiri atas pernyataan serta pilihan jawaban, yaitu Skor 4 untuk Sangat Setuju, Skor 3 untuk Setuju, Skor 2 untuk Tidak Setuju, Skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju. Dalam hal ini, pernyataan kuesioner berisi terkait skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif. Untuk skala menggunakan skala *Dispositional Self-Control* (DSC) yang telah diterjemahkan oleh Amalia (2019) dan diadaptasi dari skala yang telah dibuat oleh Ein-Gar, Goldenberg, dan Sagiv (2008) serta Ein-Gar dan Sagiv (2014). Lalu, skala Perilaku Konsumtif menggunakan dan mengadaptasi alat ukur yang telah dibuat oleh Amalia (2019) yang didasarkan pada aspek pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pemborosan yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji linearitas, dan uji hipotesis. Uji normalitas untuk menilai apakah variabel Kontrol Diri dan variabel Perilaku Konsumtif sudah terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* digunakan pada penelitian ini. Kemudian, Yuwanto (2019) menjelaskan bahwa data dapat dinyatakan terdistribusi dengan normal jika nilai signifikansi $\geq 0,05$. Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah data variabel (X) atau independen dan variabel (Y) atau dependen memiliki korelasi yang linear atau tidak, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka bisa dikatakan variabel tersebut memiliki hubungan yang linear (Estuwijaya, dkk. 2023). Uji hipotesis korelasi *pearson product moment* digunakan pada penelitian ini melalui bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 272 orang dan telah melewati uji validitas dan uji reliabilitas dikarenakan instrumen penelitian dalam penelitian ini mengadaptasi dari peneliti lain yang telah melewati tahap uji tersebut. Adapun, untuk teknik analisa data dalam penelitian ini sebagai berikut:

Uji Normalitas

Tabel 1

| One Sample Kolmogorov Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 272 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 5,00831972 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,047 |
| | Positive | ,047 |
| | Negative | -,032 |
| Test Statistic | | ,047 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji normalitas terlihat bahwa penyebaran data penelitian variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif terdistribusi normal dengan nilai sig sebesar $0,200 \geq 0,05$. Maka dari itu, data dinyatakan terdistribusi normal sehingga dilanjutkan dengan uji linearitas serta uji korelasi pearson product moment.

Uji Linearitas

Tabel 2

| Variabel | Nilai Signifikansi Linearity | α | Hasil Interpretasi |
|-----------------------------------|------------------------------|----------|--------------------|
| Kontrol Diri & Perilaku Konsumtif | 0,000 | 0,05 | Linear |

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai sig linearity sebesar $0,000 < 0,05$ yang mengartikan bahwa variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang ada. Dalam hal ini,

untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel dalam penelitian berdasarkan besaran korelasi. Adapun, berikut tabel interpretasi koefisien korelasi:

Tabel 3

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 - 1,000 | Sangat Kuat |

Tabel 4

| Correlations | | | |
|--------------------|---------------------|--------------|--------------------|
| | | Kontrol_Diri | Perilaku_Konsumtif |
| Kontrol_Diri | Pearson Correlation | 1 | -,241 |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 |
| | N | 272 | 272 |
| Perilaku_Konsumtif | Pearson Correlation | -,241 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | |
| | N | 272 | 272 |

Pada Tabel 4 hasil uji hipotesis didapati hasil bahwa sig bernilai $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada NCTzen Dewasa Awal di Tangerang. Koefisien korelasi sebesar 0,241 menunjukkan adanya korelasi atau hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada NCTzen Dewasa Awal di Tangerang dengan makna kontrol diri yang semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin rendah, dan kontrol diri yang semakin rendah maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi.

Berdasar pada hasil penelitian yang telah dilaksanakan, hasil dari uji hipotesis menunjukkan sig senilai $0,000 < 0,05$ dan koefisien korelasi senilai 0,241 yang mengartikan terdapat hubungan negatif antara variabel kontrol diri dengan variabel perilaku konsumtif pada NCTzen dewasa awal di Tangerang. Hubungan negatif ini bermakna kontrol diri yang semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin rendah pada NCTzen dewasa awal, begitupun sebaliknya. Temuan penelitian ini pun sejalan dengan temuan penelitian

terdahulu oleh Bogenvile dkk. (2022) terkait kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan subjek remaja penggemar K-Pop di komunitas ONCE Medan yang menunjukkan terdapat hubungan negatif yang cukup antara kedua variabel tersebut dengan koefisien korelasi senilai 0,384.

Hasil penelitian lainnya mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif oleh Putri, Bakar dan Hamid (2023) memperlihatkan adanya pengaruh negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dengan subjek penggemar K-Pop artinya kontrol diri yang semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin rendah dan sebaliknya. Selain itu, penelitian lain mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan subjek remaja penggemar K-Pop ARMY Gorontalo yang dilakukan oleh Syamsuddin dan Akuba (2022) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Pada penelitian ini, berdasarkan hasil perolehan data perilaku konsumtif pada 272 responden menunjukkan bahwa NCTzen dengan perilaku konsumtif rendah berjumlah 31 orang (11,4%), NCTzen dengan perilaku konsumtif sedang berjumlah 198 orang (72,8%), dan NCTzen dengan perilaku konsumtif tinggi berjumlah 43 orang (15,8%). Dapat dilihat bahwa NCTzen dewasa awal memiliki perilaku konsumtif kategori sedang.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (dalam Amalia, 2019) terdapat tiga aspek dalam perilaku konsumtif, yakni pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tidak rasional. Pembelian impulsif merupakan perilaku seseorang dalam membeli barang tanpa merencanakan, mempertimbangkan maupun memutuskan dengan rasional yang didasari pada hasrat dan keinginan yang muncul secara tiba-tiba. Dalam hal ini, individu dapat membeli album versi terbaru dari idolanya tanpa mempertimbangkan dengan matang. Perilaku impulsif ini pun dapat terjadi karena adanya berbagai macam merchandise dengan design serta fungsi yang menarik dan menumbuhkan perasaan positif yang kuat dalam diri penggemar akan produk tersebut sehingga penggemar terdorong untuk membeli secara impulsif terhadap barang yang menarik perhatiannya tersebut (Mowen & Minor, 2001).

Lalu, pemborosan perilaku seseorang dalam membeli barang dengan menghabiskan uang tanpa adanya kebutuhan akan barang yang benar-benar dibutuhkan. Seperti perilaku individu dalam membeli pernak-pernik dari idola yang disukai dan menyimpan serta memajang pernak-pernik tersebut tanpa adanya kebutuhan pada barang yang benar-benar dibutuhkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Caughey dalam (Boon &

Lomore, 2001) yang menjelaskan bahwa individu yang mempunyai idola favorit bisa memengaruhi perilaku maupun kepercayaannya dalam berbelanja.

Selanjutnya, pembelian tidak rasional adalah perilaku seseorang dalam membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan serta fungsi dari barang tersebut, hanya untuk memenuhi kesenangan semata. Individu dapat membeli berbagai macam versi album dari idola yang disukai tanpa menimbang kegunaan dan fungsi barang tersebut hanya untuk kesenangan semata. Dalam hal ini, hal tersebut sejalan dengan penjelasan Veronica dan Paramita (2018) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki perasaan cinta mendalam pada seseorang dalam hal ini idola dapat memunculkan pemahaman baru mengenai hubungan, kesetiaan juga pengabdian pada idolanya dapat mendorong penggemar dengan sadar untuk merelakan waktunya, tenaga, maupun uang yang dimiliki untuk idola yang disukai.

Perilaku konsumsi tersebut jika terus dilakukan tanpa adanya pengendalian diri dapat mengarah kepada perilaku konsumtif pada diri individu, oleh karena itu individu perlu menyadari pentingnya memiliki kemampuan mengontrol diri yang baik sehingga individu mampu mengambil keputusan yang rasional dan tepat. Kontrol diri dapat menjadi kendali bagi individu dalam berperilaku dan mempertimbangkan setiap tindakannya.

Menurut Ein-Gar dan Sagiv (2014) kontrol diri merupakan sebuah proses yang dihadapi seseorang untuk mengatasi dua jenis godaan yang menggambarkan prinsip hedonis, yakni dorongan untuk Doing Wrong dan Not Doing Right. Dapat dikatakan kontrol diri ini adalah kesanggupan individu dalam mengendalikan dirinya dan mengarahkan tindakannya ke arah yang memberikan konsekuensi positif.

Adapun, menurut Ein-Gar dan Sagiv (2014) ada dua aspek kontrol diri, yaitu Doing Wrong dan Not Doing Right. Doing Wrong atau melakukan kesalahan adalah perilaku yang dilakukan individu untuk mendapatkan manfaat langsung tanpa mempertimbangkan konsekuensi negatif jangka panjang dari perilaku tersebut. Dalam hal ini, individu harus mengatasi jenis godaan ini dengan menahan diri dengan begitu individu dapat dikatakan mengontrol dirinya dengan baik. Seperti yang diungkap oleh Calhoun dan Acocella (2004) bahwa seseorang yang memiliki kontrol diri yang optimal bisa terhindar dari perilaku menyimpang bahkan membantu individu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Sedangkan, Not Doing Right atau tidak melakukan dengan benar ialah perilaku individu dalam menunda tugas atau pekerjaan penting dengan mengabaikan dampak negatif jangka panjang atas penundaan tersebut. Hal ini diperlihatkan dengan menunda-nunda maupun tidak bertahan dalam suatu tugas tertentu. Individu untuk mengatasi jenis

godaan ini harus dapat mengambil keputusan yang tepat dan rasional seperti yang dijelaskan oleh Aliyah (2015) kemampuan dalam mengendalikan keputusan adalah kemampuan untuk bertindak yang didasarkan pada hal yang diyakini atau disetujui berdasarkan pertimbangan akan resiko yang dimiliki dengan adanya pertimbangan atas setiap tindakan individu dapat membantu individu memutuskan tindakan yang baik untuknya.

Kontrol diri ini dapat menjadi alat bagi individu untuk mengontrol perilaku konsumsinya agar tidak mengarah kepada perilaku konsumtif yang dapat merugikan dirinya. Dalam hal ini, penggemar NCT atau NCTzen dewasa awal yang sudah memasuki fase dewasa awal diharapkan dapat mengendalikan dirinya dengan baik melalui pengambilan keputusan yang diambil secara matang. Seperti yang dijelaskan oleh Putri (2019) dalam menjalani kehidupan individu yang memasuki fase dewasa awal perlu dan harus menyelesaikan tugas perkembangan yang dimiliki dengan begitu individu tidak akan mendapatkan masalah yang berarti dan dapat menjalani kehidupan selanjutnya dengan bahagia. Untuk itu individu perlu memiliki kemampuan mengontrol diri yang baik sehingga dapat mempertimbangkan konsekuensi dari perilakunya dan bisa mengendalikan dirinya untuk tidak bersikap konsumtif dalam mengonsumsi suatu hal secara berlebihan.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa NCTzen dewasa awal di Tangerang memiliki perilaku konsumtif yang sedang. Berdasar pada hasil penelitian, yakni uji hipotesis melalui korelasi pearson product moment didapati hasil berupa koefisien korelasi senilai 0,241 yang mengartikan bahwa terdapat hubungan negatif yang cukup antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada NCTzen dewasa awal di Tangerang.

SIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini berdasar pada hasil uji hipotesis yang telah dilakukan didapati hasil bahwasanya terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sehingga hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak. Hasil penelitian uji hipotesis menggunakan korelasi pearson product moment menunjukkan koefisien korelasi dengan nilai 0,241. Sehingga dapat dikatakan terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut dengan arah hubungan yang negatif, yakni kontrol diri yang semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin rendah pada NCTzen dewasa awal begitupun sebaliknya. Dapat dilihat bahwasanya kontrol diri memiliki korelasi atau hubungan dengan perilaku konsumtif, untuk itu NCTzen diharapkan dapat mempertimbangkan dengan matang dalam melakukan pembelian barang ataupun hal-hal yang berkaitan dengan idola yang disukai. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan *self monitoring* pada diri individu

melalui pembuatan skala prioritas terkait kebutuhan yang dibutuhkan dan keinginan semata. Dengan begitu penggemar dapat mengontrol dirinya dengan baik dan tidak mengonsumsi barang secara konsumtif. Adanya kontrol diri yang baik dapat berdampak positif pada diri penggemar dalam menjalani kehidupannya sehingga penggemar dapat mengendalikan dirinya untuk tidak mengonsumsi barang secara konsumtif.

Kemudian, pada peneliti lainnya di masa mendatang yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan dapat menggunakan metode penelitian lain seperti metode kualitatif sehingga bisa mendapatkan hasil penelitian secara lebih mendalam yang mungkin belum didapatkan dalam penelitian ini dikarenakan keterbatasan yang ada. Selain itu, agar variasi subjek lebih beragam dapat menggunakan subjek selain penggemar NCT atau K-Pop.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I. (2019). *Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar k-pop dewasa awal*. Skripsi. Universitas Negeri Jakarta.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1). 15-31.
- Angeline, N. (2018, Desember 4). *Melesatnya Perkembangan Budaya korea di Indonesia*. Diakses dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/nancyangeline/5c062a93bde5752aee3e0677/melesatnya-perkembangan-budaya-korea-di-indonesia>. Pada tanggal 26 Desember 2023
- Aprianti, Q. L. (2022, Oktober 25). *Di Balik Alasan Penggemar Kpop Koleksi Merchandise Idol*. diakses dari Liputan6: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5106999/di-balik-alasan-penggemar-kpop-koleksi-merchandise-idol?page=2>. Pada tanggal 26 Desember 2023.
- Attan, M. B., & Natsir, K. (2023). Studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi consumptive behavior pada kolektor merchandise k-pop. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 187-201.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Ayu, P., Razzaq, A., & Noviza, N. (2023). Penerapan teknik self management untuk meningkatkan kontrol diri pecandu narkoba (studi kasus pada klien "y" di yayasan pusat rehabilitas narkoba ar rahman palembang). *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, 1(2). 212-224.

- Baumeister, R. F. (2018). *Self-regulation and self-control: Selected works of Roy F. Baumeister*. Routledge
- Berita hari ini. (2023, Juni 15). *Perbedaan NCTzen dan sijeuni yang wajib diketahui fans NCT*. Diakses dari Kumparan: <https://kumparan.com/berita-hari-ini/perbedaan-nctzen-dan-sijeuni-yang-wajib-diketahui-fans-nct-20bFE9OsGaq/3>. Pada tanggal 5 Maret 2024
- Bermudez, J. L. (2018). *Self-control, decision theory, and rationality: new essays*. Cambridge University Press.
- Bogenvile, V., Rosandi, T., Siregar, D. I., Siagian, R. W., Sinurat, Y. M., & Putra, A. I. D. (2022). Hubungan tingkat kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar kpop di komunitas once medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 935-940.
- Boon, S. D., & Lomore, C. D. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults: explaining perceptions of celebrity influence on identity. *Human Communication Research*, 27(3), 432-465.
- Calhoun, J. F., & Acocella, J. R. (2004). *Psikologi tentang penyesuaian dan hubungan kemanusiaan edisi ketiga*. Penerbit IKIP Semarang.
- Christabella, M., & Sari, W. P. (2022). Pengaruh epic model terhadap pembentukan perilaku konsumtif generasi z (studi iklan racun shopee pada aplikasi tiktok). *Prologia*, 6(2), 280-287.
- Ein-Gar, D., Goldenberg, J., & Sagiv, L. (2008). Taking control: An integrated model of dispositional self-control and measure. *Advances in Consumer Research*, 35, 542-550.
- Ein-Gar, D., & Sagiv, L. (2014). Overriding "doing wrong" and "not doing right": validation of the dispositional self-control scale (DSC). *Journal of personality assessment*, 96(6), 640-653.
- Estuwijaya, W., Eryanto, H., & Faslah R. (2023). Pengaruh locus of control, need for achievement, dan risk tolerance terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, fakultas ekonomi, universitas negeri jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 361-375.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji normalitas data omzet bulanan pelaku ekonomi mikro desa senggigi dengan menggunakan skewness dan kurtosi. *Jurnal Varian*, 2(1), 31-36.
- Fibria, D. (2023, September 7). *Miliki 27 anggota, netizen sebut NCT akan jadi grup dengan fanchant terpanjang: ngos-ngosan gak tuh*. Diakses dari Kpopchart: <https://www.kpopchart.net/k-update/91610076594/miliki-27-anggota-netizen-sebut->

nct-akan-jadi-grup-dengan-fanchant-terpanjang-ngos-ngosan-gak-tuh#google_vignette. Pada tanggal 5 Maret 2024

- Ghufon, M. N., & Risnawita, R. (2011). *Teori-teori psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal psikologi*, 11(1), 5-11.
- Jannah, M. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Unesa Press.
- Kharimah, I. I., & Hanif, A. (2024). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi prodi psikologi universitas muhammadiyah sidoarjo. *ResearchJet Journal of Analysis and Inventions*, 3(2).
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14.
- Marifah, A. (2023, Maret 7). *Remaja fans kpop dilaporkan mencuri uang orang tuanya dan keluarganya sebesar Rp 557 juta untuk beli merchandise sang idola*. Diakses dari Grid.ID: <https://www.msn.com/id-id/berita/other/remaja-fans-kpop-dilaporkan-mencuri-uang-orang-tuanya-dan-keluarganya-sebesar-rp-557-juta-untuk-beli-merchandise-sang-idola/ar-AA18jIDP>. Pada tanggal 30 Januari 2024
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol diri: definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(02), 65-69.
- Martias, L. D. (2021). Statistika deskriptif sebagai kumpulan informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1). 40-59.
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko. *SJEE (Scientific Journals of Economic Education)*, 2(1), 141-152.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2001). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, A., & Leliya. (2020). *E-Commerce: Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. CV. ELSI PRO.
- Pahlevi, R. (2022, Januari 28). *Ini jumlah penjualan album fisik boyband kpop NCT, NCT 127, dan NCT U*. Diakses dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/28/ini-jumlah-penjualan-album-fisik-boyband-kpop-nct-nct-127-dan-nct-u>. pada tanggal 5 Maret 2024
- Pamungkas, D. I. (2023, Juli 28). *Ini alasan merchandise kpop mahal tapi tetap laku terjual dan banyak dicari*. Diakses dari okefinance: <https://economy.okezone.com/read/2023/07/27/622/2853066/ini-alasan-merchandise-kpop-mahal-tapi-tetap-laku-terjual-dan-banyak-dicari?page=2>. Pada tanggal 5 Maret 2024

- Paramita, R. W. D., Rizal, N. & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi & manajemen*. Widya Gama Press.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan parasosial dan perilaku loyalitas fans dalam fandom kpop di indonesia. *Jurnal Lontar*, 9(1). 42-54.
- Purnomo, D. (2018). Uji validitas dan reliabilitas step test sebagai alat ukur keseimbangan pada lansia. *Jurnal Fisioterapi Dan Rehabilitasi*, 2(2), 53-70.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35-40. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Putri, N. L. T., Bakar, R. M., & Hamid, A. N. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 2(5), 868-874.
- Rahmawati, V. E., & Surjanti, J. (2021). Analisis faktor perilaku konsumtif berbelanja online produk fashion saat pandemi pada mahasiswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(2), 3.
- Rangga, Y. D. P., Herdi, H., Rengga, A., & Goo, E. E. K. (2020). Determination of budget amount using method of influence over time budget calculation (silpa) of sikka district government. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2). 202-210.
- Rangkuti, A. A., & Wahyuni, L. D. (2017). *Analisis data penelitian kuantitatif berbasis classical test theory dan item response theory (Rasch model)*. Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Rangkuti, Preddy. (2017). *Customer Care Excellence*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Salsabilla, R. (2023, Oktober 3). *Fans K-pop Paling Royal, Rela Habiskan Rp142 Juta Demi Idola*. Diakses dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230925154329-33-475366/fans-k-pop-paling-royal-rela-habiskan-rp142-juta-demi-idola>. Pada tanggal 26 Desember 2023.
- Salsabila, S. A. & Fitrida, Y. (2023, Desember 29). *Album k-pop dengan penjualan minggu ke-1 tertinggi di 2023*. Diakses dari ngopibareng: <https://www.ngopibareng.id/read/album-k-pop-dengan-penjualan-minggu-ke-1-tertinggi-di-2023>. Pada tanggal 5 Maret 2024
- Saneva, T. A., Ninawati, N., & Kurniawati, M. (2022). Peran motivasi belanja dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada k-poper perempuan remaja akhir. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(2), 393-400.

- Santrock, J. W. (2018). *Perkembangan Masa-Hidup: Edisi Ketigabelas Jilid 2 (B. Widyasinta, penerjemah)*. Penerbit Erlangga. (Karya asli terbit 2011).
- Seputar Jakarta. (2023, Desember 4). *Apakah Tangerang termasuk Jakarta Selatan? Simak Jawabannya!*. Diakses dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/seputar-jakarta/apakah-tangerang-termasuk-jakarta-selatan-simak-jawabannya-21hhylRrIRI/full>. Pada tanggal 30 Januari 2024.
- Siyoto, S. & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta CV.
- Syamsuddin, L., & Akuba, S. Y. (2022). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di komunitas penggemar k-pop army gorontalo. *Elsia: Jurnal Psikologi Manusia*, 7(1), 16-23.
- Tashandra, N. (2023, September 1). *Penggemar Budaya Korea di Indonesia Dinilai Tinggi diantara 26 Negara*. Diakses dari Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2023/09/01/150500827/penggemar-budaya-korea-di-indonesia-dinilai-tinggi-di-antara-26-negara>. Pada tanggal 26 Desember 2023.
- Triadanti. (2019, Februari 26). *Jadi gaya hidup, benarkah fans kpop kaya raya atau cuma modal kuota*. Diakses dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all>. Pada tanggal 26 Desember 2023.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 597-603.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271-279.
- Veronica, M., & Paramita, S. (2018). Eksploitasi loyalitas penggemar dalam pembelian album kpop. *Koneksi*, 2(2). 433-440.
- Wangi, N. K. P. (2023, Maret 30). *Budaya K-Pop Semakin Merajalela di Indonesia*. Diakses dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/pwangi19/642531c108a8b56bdc566772/budaya-k-pop-semakin-merajalela-di-indonesia>. Pada tanggal 26 Desember 2023.

- Wardana, G., Salsabilla, I., & Simanjorang, F. (2023). Jejak ekonomi konser k-pop (nct dream tour "the dream show 2: jakarta") dalam menghasilkan pendapatan nasional. *Musytari*, 2(3).
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan edisi pertama*. Kencana.
- Yuwanto, L. (2019). *Metode penelitian eksperimen, edisi 2*. Graha Ilmu.