

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR PENGGEMAR *KOREAN WAVE***

NASKAH PUBLIKASI



Disusun Oleh :

Reza Marisca

2010801054

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI, ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA**

2024

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR PENGGEMAR *KOREAN WAVE***

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Untuk Menyusun skripsi

Program Studi Psikologi

Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora

Di Universitas `Aisyiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Reza Marisca

2010801054

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS EKONOMI, ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR PENGGEMAR KOREAN WAVE

NASKAH PUBLIKASI

Disusun Oleh:

Reza Marisca

2010801054

Telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk mengikuti Program Studi Psikologi
Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora

Di Universitas Aisyiyah Yogyakarta

Oleh :

Pembimbing : Andhita Dyorita K., M. Psi., Psikolog

Tanggal : 09 Februari 2024

Tanda Tangan :



THE RELATIONS BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN LATE ADOLESCENT KOREAN WAVE FANS

Reza Marisca¹, Andhita Dyorita Khoiryasdien²

Yogyakarta: Psychology Study Program, Universitas `Aisyiyah Yogyakarta

rezamarisca02@gmail.com

ABSTRACT

Hallyu/Korean wave is a term describing Korean popular culture which has been successfully exported to various countries, including Indonesia. The popularity has been making adolescents interested in many things about Korean culture. This interest causes Korean wave fans with poor self-control to grow consumptive behavior. The study aims to investigate the relations between self-control and the consumptive behavior of Korean wave fans. The study employed quantitative methods with a correlational approach and the study population used late adolescents aged 18-21 who had or were purchasing merchandise. The sample taken amounted to 217 Korean wave fans domiciled in Indonesia. The sampling technique was purposive sampling. The results of the correlation test using the Pearson Product Moment test showed that the value of $p = 0.000$ ($p < 0.05$) and the value of $r = -0.779$ indicating that there were relations of self-control and consumptive behavior which was a negative relation. This means that the lower the self-control of late adolescents, the higher the consumptive behavior of late-adolescent Korean wave fans is. The results showed the coefficient of determination (R square) = 0.606, which means that self-control has an influence namely 60% and the rest is influenced by other variables that are not examined.

Keywords : Self-control, Consumptive Behavior, Korean Wave

Bibliography : 17 Books, 18 Journals, 8 Undergraduate Theses, 8 Articles

Pages : xiii, 80 pages, 21 appendices

¹ Student of Psychology Study Program, Faculty of Economy, Social Sciences, and Humaniora, Universitas `Aisyiyah Yogyakarta

² Lecturer of Psychology Study Program, Faculty of Economy, Social Sciences, and Humaniora, Universitas `Aisyiyah Yogyakarta

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR PENGGEMAR KOREAN WAVE

Reza Marisca¹, Andhita Dyorita Khoiryasdien²

Yogyakarta: Program Studi Psikologi, Universitas `Aisyiyah Yogyakarta

rezamarisca02@gmail.com

ABSTRAK

Hallyu/Korean wave istilah menggambarkan budaya populer Korea yang berhasil diekspor ke berbagai negara di dunia, salah satunya Indonesia. Hal ini menjadikan remaja akhir memiliki ketertarikan terhadap banyak hal mengenai budaya Korea. Ketertarikan ini menyebabkan penggemar Korean wave yang memiliki kontrol diri kurang baik dapat menjadikan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif penggemar Korean wave. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, Populasi penelitian menggunakan remaja akhir berusia 18-21 yang pernah atau sedang melakukan pembelian *merchandise*. Sampel yang diambil berjumlah 217 penggemar Korean wave berdomisili di Indonesia. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. Hasil uji korelasi menggunakan uji Pearson Product Moment nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$) menunjukkan nilai $r = -0,779$, Hal ini menunjukkan adanya hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terdapat hubungan negatif. Artinya semakin rendah kontrol diri yang dimiliki remaja akhir maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif remaja akhir penggemar Korean wave. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinan (R^2) = 0,606, yang artinya kontrol diri memiliki pengaruh 60% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Kontrol diri, Perilaku konsumtif, Korean wave*

Daftar Putaka : 17 Buku, 18 Jurnal, 8 Skripsi, 8 Artikel,

Jumlah Halaman : xiii, 80 halaman, 21 lampiran

¹ Mahasiswa Program studi Psikologi, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas `Aisyiyah Yogyakarta

² Dosen Mahasiswa Program studi Psikologi, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas `Aisyiyah Yogyakarta

PENDAHULUAN

Arus globalisasi telah banyak mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Termasuk didalamnya penyebaran informasi yang semakin cepat dan mudah. Kemudahan teknologi yang semakin hari semakin canggih tak hanya memudahkan manusia untuk menyebarkan informasi tetapi budaya juga dapat disebarluaskan. Indonesia sebagai negara dengan budaya yang melimpah pada akhirnya membuka lintasan agar budaya dari luar mendapatkan respon baik pada masyarakatnya (Amalia, 2019).

Salah satu bentuk fenomena yang dihasilkan dari globalisasi adalah budaya populer yang masuk ke Indonesia yaitu Korea Selatan yang dikenal sebagai *Korean Wave*. Budaya populer *Korean wave* atau *hallyu* merupakan julukan yang diberikan secara global pada budaya Korea Selatan oleh berbagai negara, *Korean wave* bertujuan untuk memperkenalkan budayanya serta memperbaiki citranya di hadapan negara lain (Citra, 2022). Budaya populer yang bersumber dari Korea tidak hanya terdiri dari *k-pop* atau Korea music saja, melainkan juga unsur-unsur tarian yang dilakukan oleh penyanyi Korea menjadi salah satu selling point (Putri, 2019).

Seiring dengan berjalannya waktu, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan *K-Pop* telah mempengaruhi perkembangan kepribadian dan gaya hidup penggemarnya. Para penggemar *K-Pop* umumnya mengalami perubahan gaya hidup yang berlebihan seperti memilih makanan Korea sebagai referensi makanan, kecenderungan memakai produk Korea, meniru style pakaian Korea, menggunakan produk skincare berhubungan dengan artis idola bahkan kecenderungan memiliki keinginan yang lebih dalam dalam mempelajari bahasa dan budaya Korea Selatan (Putri, 2019).

Atas dasar rasa suka dan cinta terhadap idola, penggemar rela melakukan apapun termasuk menghabiskan uangnya untuk mengoleksi segala pernak-pernik berkaitan dengan idola (Pertiwi, 2013). Kemudian (Mutia, 2022) menuliskan bahwa pada tahun 2022 eksplor album *K-pop* ke seluruh dunia menembus angka USD 233 juta atau setara dengan Rp.3,52 triliun. Dikutip pada data impor dan ekspor *Korea Customs Service* (KCS) Dalam 10 besar negara di dunia, Indonesia termasuk dalam ekspor album BTS. Melirik data Hanteo, Proof dari BTS menjadi album terlaris di dunia pada 2022 dengan penjualan 3,05 juta kopi.

Berdasarkan survey yang dilakukan IDN Times menuliskan pada umumnya penggemar *K-pop* di Indonesia berada pada kisaran 10-15 tahun dengan persentase 9,3%, usia 15-20 tahun sebanyak 38,1%, usia 20-25 tahun sebanyak 40,7%, usia 25 tahun keatas kisaran 11,9% (Triadanti, 2019). Hasil survei IDN Times yang melibatkan 580 responden juga menunjukkan sekitar 66,1% penggemar *K-pop* berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa. Dari 60,40% pemasukan penggemar *K-Pop* berkisar Rp. 1.000.000. Dalam pengeluaran, 38,2% penggemar mengaku mengeluarkan uang Rp. 200.000 dalam sekali pembelian dan menghabiskan uang hingga ratusan ribu perbulan untuk membeli pulsa atau kuota internet guna streaming, vote dan mengetahui informasi tentang idolanya. Hal ini sejalan dengan hasil survei Kumparan *K-Pop*, para fans bersedia mengeluarkan setidaknya Rp. 500.000/bulan untuk membeli hal-hal berbau *K-Pop*, atau idola mereka mulai dari tiket konser, album, fanmeeting, kosmetik, dan lain-lain (Nuraini, 2017).

Hasil dari wawancara singkat yang dilakukan penulis terhadap dua remaja akhir penggemar *korean wave*, diketahui bahwa kedua remaja tersebut menunjukkan adanya perilaku konsumtif. Dilihat dari adanya biaya pengeluaran sebagai penggemar Korean wave sekitar 2-6jt,

digunakan untuk membeli merchandise, album, menonton konser dan sebagainya. Berdasarkan tanya jawab kedua subjek tersebut mengaku rata-rata mendapatkan uang bulanan Rp. 1.000.000 - 1.500.000, Subjek mengaku uang bulanan mereka rata-rata dihabiskan hanya untuk kebutuhan makan, membeli *skincare*, dan jalan-jalan. Kemudian untuk membeli pernak-pernik *K-Pop* mereka menggunakan uang bulanan 10 - 20% dan sisanya dari uang tabungan yang tidak diketahui orang tuanya

Menurut (Monks et all, 2002) masa remaja akhir merupakan tahapan kematangan usia dari 18-21 tahun, dimana individu tersebut akan mengalami kematangan emosional dan cara berpikir. Menurut teori psikososial (Erikson, 2010) Remaja akhir merupakan usia pada fase kelima ditandai dengan pencarian identitas serta kebingungan identitas. Pada fase ini terdapat kecenderungan remaja akhir untuk melepaskan diri dari orang tua dan melakukan berbagai hal yang mereka suka. Setiap individu, terlebih penggemar yang telah berada di usia remaja akhir sangat membutuhkan kemampuan untuk mengontrol diri.

Menurut Dewi, 2013 (Dalam Darmanto dkk, 2023) menjelaskan bahwa alternatif pengelolaan ekonomi rumah tangga berkaitan penataan keuangan, pengeluaran anggaran yang bisa

dikeluarkan untuk gaya hidup atau biaya bersenang-senang hanya sebesar 5% dari pendapatan bulanan. Ini berarti uang yang mereka bisa keluarkan jika pendapatannya Rp. 1.000.000 - 1.500.000 yaitu Rp. 50.000 - 75.000 sedangkan harga *merchandise* yang mereka beli sekitar Rp. 150.000 - 500.000. Membeli album, tiket konser, serta barang koleksi lainnya yang berhubungan dengan idola merupakan kegiatan bersifat kesenangan sementara, tidak didasarkan kebutuhan pokok dan hanya bertujuan memuaskan diri sendiri. Perilaku konsumtif dapat berdampak negatif pada perkembangan psikologis remaja karena dapat menghasilkan gaya hidup hedonis hingga fanatisme (Citra, 2022).

Idealnya seorang penggemar sebaiknya tidak terlalu berlebihan, karena segala sesuatu yang berlebihan tidaklah baik. Mengidolakan selebritis dikatakan wajar apabila masih bisa membedakan mana kenyataan dan sekedar kesenangan (Putri, 2019). Julia, et al (2017) mengungkapkan semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya. Namun dari fenomena yang didapatkan, salah satu penyebab penggemar *K-Pop* sering membeli barang dan menghabiskan waktu di social media karena mereka memiliki kesulitan dalam mengontrol dirinya jika berkaitan dengan idolanya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa remaja akhir penggemar *korean wave* cenderung akan melakukan apapun untuk menunjukkan rasa cintanya terhadap sang idola. Fenomena tersebut yang akhirnya membuat peneliti tertarik untuk mengungkap kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2014). Teknik pengambilan sampling menggunakan *sampling purposive*, yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 217 penggemar korean wave. Karakteristik populasi penelitian adalah remaja akhir yang berusia 18-21 tahun yang pernah melakukan pembelian merchandise idolanya. Peneliti menggunakan skala likert sebagai instrumen pengumpulan data yang terdiri dari dua skala yaitu skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 27 aitem yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan Engel, Blackwell, & Miniard (2018) yaitu

pembelian impulsif, pembelian tidak rasional dan pemborosan. Sedangkan skala kontrol diri terdiri dari 26 aitem yang disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Averil (Ghufron dan Rinawita, 2010) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan mengontrol keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden

Kategori jenis kelamin responden dalam penelitian ini sejumlah 217 responden, jenis kelamin laki-laki sebanyak 36 dengan persentase 16,6%. Kemudian responden perempuan sebanyak 181 dengan presentasi 83,4%.

Tabel 1 deskripsi jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	36	16,6%
Perempuan	181	83,4%
Total	217	100%

Kategori usia responden dari 217 berdasarkan usia menunjukkan kategori tertinggi pada usia 21 tahun terdapat 83 responden dengan presentasi (38,2%), Kemudian usia 20 tahun terdapat 51 responden dengan persentase (23,5%). Selanjutnya usia 18 tahun sebanyak

46 responden dengan persentase 21,2%. Kategori terendah terdapat pada usia 19 tahun terdapat 37 dengan presentase 17,1%.

Tabel 2 Deskripsi usia responden

Usia	Frekuensi	Presentase
18	46	21,2%
19	37	17,1%
20	51	23,5%
21	83	38,2%
Total	217	100%

2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi variabel penelitian dapat dilihat dari mean hipotetik dan mean empirik serta deskripsi berdasarkan distribusi normal. Setiap skor mean empirik yang lebih tinggi daripada skor mean hipotetik secara signifikan dapat dianggap sebagai indikator tingginya keadaan kelompok subjek terhadap variabel yang diteliti, begitupun sebaliknya. Hasil perbandingan mean empirik dan mean hipotetik dari masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3 Skor Empirik dan Hipotetik

Var	Jumlah aitem	Skor Empirik				Skor Hipotetik			
		Min	maks	mean	SD	Min	Maks	Mean	SD
X	27	39	105	62,35	13,159	27	108	66,5	13,5
Y	26	31	99	72,53	11,869	26	104	65	13

Setelah diketahui nilai statistik dari variabel perilaku konsumtif

selanjutnya data dikategorisasikan menjadi 3 kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Tujuan kategorisasi ini adalah menempatkan individu dalam kelompok-kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur.

Tabel 4 Distribusi Frekuensi berdasarkan data empirik Perilaku konsumtif

Variabel	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategorisasi
Perilaku Konsumtif	$X < 49$	31	14,3%	Rendah
	$49 \leq X < 75$	153	70,5%	Sedang
	$X \geq 75$	22	15,2%	Tinggi

Tabel 5 Distribusi Frekuensi berdasarkan data empirik Kontrol diri

Variabel	Interval	Frekuensi	Presentase	Kategorisasi
Kontrol diri	$X < 60$	24	11,1%	Rendah
	$60 \leq X < 84$	165	76,0%	Sedang
	$X > 84$	28	12,9%	Tinggi

3. Hasil Uji Analisis Penelitian

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *kolmogorov-Smimov* dengan SPSS 16. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika memiliki nilai $p > 0,05$. Hasil analisis yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan nilai *kolmogorov-smimov* sebesar

0,567 dan nilai signifikansi untuk kontrol diri dan perilaku konsumtif sebesar 0,905 yang artinya bahwa data dalam variabel penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji asumsi bertujuan untuk menekankan apakah variabel dependen memiliki garis lurus (linear) dengan variabel independen dengan menggunakan SPSS 16 untuk melihat tingkat signifikansi pada kategori *linearity*. Dua variabel dinyatakan linear bila signifikansi (*linearity*) $> 0,05$. Uji linearitas pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa signifikansi *linearitas* antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar 0,094 sehingga data terdapat hubungan yang bersifat linear.

c. Uji hipotesis

uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi sederhana untuk menguji hipotesis penelitian dan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif

menggunakan aplikasi SPSS 16. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan peneliti, dapat terlihat bahwa nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$) dengan demikian dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan. Berlandaskan hasil uji korelasi, diperoleh hasil negatif pada nilai korelasi (r) sebesar $-0,779$ dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini terdapat hubungan negatif.

d. Sumbangsih Penelitian

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui kontribusi pada variabel terikat terhadap variabel bebas. Berdasarkan uji determinan dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien (r -squared) sebesar $0,606$ dan nilai R sebesar $0,779$ artinya kontrol diri memberikan sumbangsih efektif sebesar 60% terhadap perilaku konsumtif pada remaja akhir. sedangkan sisanya 40% dipengaruhi faktor-faktor lain.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan 217 responden terdiri dari 36 responden laki-laki dan 181 responden perempuan yang merupakan remaja akhir berusia 18-20 tahun penggemar korean wave, yang berdomisili di Indonesia, dan pernah atau sedang melakukan kegiatan pembelian merchandise. Dari hasil yang diperoleh, responden sebanyak 31 memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang dengan persentase $14,3\%$, kemudian 153 responden termasuk sedang persentase $70,5\%$, dan sebanyak 33 responden termasuk tinggi persentase $15,2\%$. Sedangkan kontrol diri sebanyak 24 responden $11,1\%$ termasuk kategori kontrol diri rendah, kemudian 165 responden termasuk kontrol diri sedang dengan persentase $76,0\%$. dan terakhir 28 responden $12,9\%$ termasuk tinggi. Hasil analisis data yang telah dilakukan terdapatnya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif karena $r -0,779$ ($\text{Sig} = 0,000$ ($p < 0,05$)) yang berarti bahwa hipotesis diterima. Hal ini berarti ada hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Maka menunjukkan semakin rendah kontrol diri yang dimiliki remaja akhir penggemar *korean wave* maka akan semakin tinggi pula perilaku

konsumtif yang dilakukan begitupun sebaliknya.

Pengaruh usia dapat menjadi faktor individu mengontrol dirinya saat melakukan pembelian atau tidak. Menurut (Monks et all, 2002) masa remaja akhir merupakan tahapan kematangan usia dari 18-21 tahun, dimana individu tersebut akan mengalami kematangan emosional dan cara berpikir. Pada fase ini terdapat kecenderungan remaja akhir untuk melepaskan diri dari orang tua dan melakukan berbagai hal yang mereka sukai. Setiap individu, terlebih penggemar yang telah berada di usia remaja akhir sangat membutuhkan kemampuan untuk mengontrol diri. Mayoritas responden yang berusia 21 tahun responden sebanyak 38,2% sedangkan responden berusia 20 tahun sebanyak 23,5% memiliki perilaku konsumtif kategori sedang.

Berdasarkan data wawancara di awal didapatkan bahwa perasaan dominan yang dirasakan oleh penggemar korean wave didapatkan perasaan saat telah membelanjakan uang mereka untuk merchandise adalah mereka puas dan senang, hal tersebut membuat mereka lebih tenang dan lebih positif secara emosional walaupun perasaan itu hanya bersifat sementara. Hal itulah yang menyebabkan penggemar korean wave yang memiliki

kontrol diri rendah memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data korelasi *product moment* dari pearson menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar $-0,779$ dengan taraf signifikan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat ada hubungan negatif antara perilaku konsumtif kontrol diri dengan, yaitu semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin rendah kontrol diri begitupun sebaliknya. Hasil analisa juga menunjukkan koefisien korelasi R Square sebesar $0,606$ Hal ini berarti kontrol diri memberikan sumbangan efektif sebesar 60% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sebanyak 40% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran:

1. Teoritis

Dapat dikatakan implikasi dari hasil penelitian ini yakni kontrol diri yang baik akan mengurangi tingkat perilaku konsumtif pada remaja akhir penggemar korean wave apabila mereka dapat melakukan latihan-latihan untuk mengendalikan/mengontrol diri secara

efektif, seperti membuat list kebutuhan prioritas yang perlu dibelanjakan dan menabung.

2. Remaja Akhir

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan mengenai kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir sebagai penggemar korean wave. Remaja akhir yang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif secara perlahan diharapkan dapat mengubah, mengendalikan, atau menghilangkan kebiasaan tersebut karena berdampak kurang baik bagi dirinya sendiri.

3. Masyarakat

Diharapkan kepada masyarakat untuk lebih memiliki kesadaran tinggi dalam ikut serta dan berpartisipasi mencegah terjadinya perilaku konsumtif terutama pada remaja akhir.

4. Peneliti Selanjutnya

Peneliti mengambil subjek penggemar Korean wave. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama, dapat meneliti kelompok subjek yang berbeda. Selain itu dapat melakukan penelitian yang mendalam dan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel independen yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, I. 2019. Pengaruh *Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal*. Skripsi. Fakultas Pendidikan Psikologi. Universitas Negeri Jakarta : Jakarta

Azwar, Saifuddin. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar

Citra, Aisyah. 2022. *Analisis Kontrol Diri dalam Perilaku Konsumtif dan Aktivitas Media Penggemar NCT (NCTzen)*. Skripsi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia : Yogyakarta

Darmanto., Rahayu, B.S ., Wahyuningsih, H, D., & Utama, H, B. (2023). *Penataan ekonomi rumah tangga untuk masyarakat kecamatan Banjarsari kota Surakarta*. Jurnal pengabdian masyarakat sabangka. 2(1): 286-292.

Dawi, M. (2013). *Pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maliki Angkatan 2013*. Jurnal Psikologi. Malang.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2018). *Perilaku konsumen edisi*

- keenam jilid 2*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghufron, N., & Suminta, R. (2010). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Julia, J.I, Isrok'atun & Indra. (2017). *Prosoding Seminar Nasional "Membangun Generasi Emas 2045 yang berkarakter dan Melek IT" dan Pelatihan "Berpikir Suprarasional."* Sumedang : UPI Sumedang Press
- Monk, F. J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S. R. (2002). *Psikologi perkembangan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mutia, Anisa. (2022, Juli 25). *KIC Mayoritas Indonesia Mendengarkan Musik dan Tonton Drama Korea hingga 3 Jam Per Hari*. Databoks. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/25/kic-mayoritas-indonesia-dengarkan-musik-tonton-drama-korea-hingga-3-jam-per-hari> pada 1 April 2023
- Nuraini, (2017, Januari 2017). *Fanatisme fans K-Pop candu dan Bumbu Remaja*. <https://kumparan.com/@kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja> Kumparan. Diakses pada 24 September 2023.
- Pertiwi, S. A. (2013). *Konformitas dan fanatisme pada remaja korean wave (budaya Korea) dalam mengekspresikan kehidupannya studi kasus k-pop lovers di Surakarta*. *Jurnal Sosialitas*, 3 (1), 1-10
- Putri, A.W. 2019. *BTS, 'Ikon Ekonomi' Anyar Korea Selatan*. Tirto.id. Diakses dari <https://tirto.id/bts-ikon-ekonomi-anyar-korea-selatan-egjM> pada 1 April 2023
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Triadani, Nurul. (2019, Februari, 26). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans Kpop Kaya Raya atau cuman modal kuota?*. IDN Times. Diakses dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota?page=all#page-2> Pada 5 April 2023