

**Pengaruh Fanatisme Penggemar Korean Pop Terhadap Keputusan
Pembelian Merchandise Pada Komunitas Hallyu-Up Edutainment Bandung**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana
pendidikan pada program studi pendidikan ilmu pengetahuan sosial*



Oleh
Dewi Fitriani Haryono
1504188

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2019

**PENGARUH FANATISME PENGGEMAR BUDAYA KOREAN POP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE PADA KOMUNITAS HALLYU
UP!EDUTAINMENT**

Oleh
Dewi Fitriani Haryono

Sebuah Skripsi Yang Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Dewi Fitriani Haryono
Universitas Pendidikan Indonesia
Aguatus 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

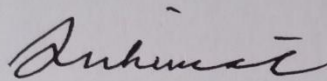
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, di foto kopi,
atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

DEWI FITRIANI HARYONO (1504188)

**PENGARUH FANATISME PENGGEMAR BUDAYA *KOREAN POP*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE PADA
KOMUNITAS HALLYU UP! EDUTAINMENT.**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

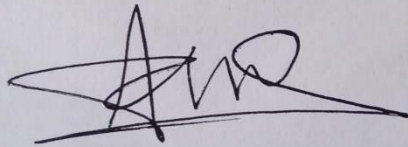
Pembimbing I



Dr. Mamat Ruhimat, M.Pd

NIP. 196105011986011002

Pembimbing II

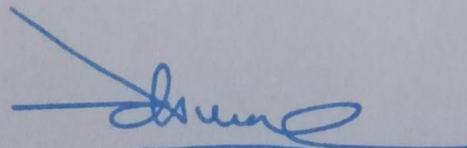


Drs. Faqih Samlawi, M.A

NIP. 196004081988031001

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



Dr. H. Dadang Sundawa, M.Pd

NIP. 196995151988031002

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Fitriani Haryono

NIM : 1504188

Judul Skripsi : “ **PENGARUH FANATISME BUDAYA KOREAN POP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE PADA KOMUNITAS HALLYU UP! EDUTAINMENT**”

Menyatakan dengan sebenarnya bahawa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 17 agustus 2019

Yang membuat pernyataan

Dewi fitriani Haryono

1504188

**PENGARUH FANATISME PENGGEMAR KOREAN POP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MERCHANDISE PADA KOMUNITAS HALLYU UP!EDUTAINMENT**

Dewi Fitriani Haryono

1504188

ABSTRAK

Saat ini arus globalisasi sedang gencar-gencarnya menerjang dunia, termasuk di Indonesia. Perkembangan globalisasi melahirkan sebuah tren yakni budaya populer. Budaya populer yang tengah diminati oleh masyarakat khususnya remaja adalah budaya *Korean Pop (Hallyu)*. Tampilan visual yang menarik, inovatif dan elegan menjadi daya tarik ampuh bagi penggemar agar ingin terus mengonsumsi Korean Pop. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui gambaran fanatisme penggemar Korean Pop, (2) mengetahui gambaran keputusan pembelian *merchandise* pada penggemar Korean Pop, (3) mengetahui besarnya pengaruh fanatisme penggemar Korean Pop terhadap keputusan pembelian *merchandise*). Data dikumpulkan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran angket tertutup. Responden ialah para penggemar Korean Pop yang tergabung dalam komunitas Hallyu Up!Edutainment Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang besar dan signifikan antara fanatisme penggemar dan keputusan pembelian *merchandise*. Tingkat fanatisme penggemar sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian *merchandise* oleh penggemar Korean Pop

Kata kunci : Fanatisme, Keputusan pembelian, *merchandise*, Penggemar

***THE INFLUENCE OF FANATICISM ON KOREAN POP CULTURE ENTHUSIASTS
AGAINST THE DECISION TO PURCHASE MERCHANDISE IN HALLYU UP!
EDUTAINMENT COMMUNITY***

Dewi Fitriani Haryono

1504188

ABSTRACK

At tis time, globalization was keen to strike world as well as Indonesia. the development of rapid globalization begets a culture trends is popular culture. Popular culture who ae interested by society are Korean pop culture (*hallyu*). The visual appearance of an interesting, innovative and elegant became a powerful attraction to hypnotize to continue consuming Korean pop culture. This research aims to (1) find out the description of fanaticism on Korean pop culture enthusiast , (2) find out the decision to purchase merchandise, (3) knowing the magnitude influence of fanaticism on Korean pop culture enthusiast against the decision to purchase merchandise. The data collected using descriptive methods and quantitative approach through spreading closed questionnaire. The respondents are Korean pop enthusiast in Hallyu UP!Edutainment community. According to the results of the showed that big and significant influences of fanaticism on Korean pop culture against a decision to purchase merchandise. It can be concluded that the more positive of fanaticism fans, the more positive or higher too in purchasing decisions of merchandise. Otherwise, if the fanaticism fans more negative or lower, therefore the lower too in purchasing decisions of merchandise.

Keyword : fanaticism, purchasing decisions, merchandise and fans

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
1.5. Struktur Organisasi Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Globalisasi Budaya.....	8
2.2. Budaya Populer	12
2.3. Budaya Pop Korea.....	20
2.4. Fanatisme.....	35
2.5. Keputusan Pembelian	41
2.6. Penelitian Terdahulu.....	50
2.7. Kerangka Pikir.....	52
2.8. Hipotesis Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	

3.1. Desain Penelitian	54
3.2. Partisipan	55
3.3. Populasi dan Sampel.....	55
3.3.1. Populasi Penelitian	55
3.3.2. Sampel Penelitian	56
3.4. Instrumen Penelitian.....	58
3.4.1. Sumber Data	58
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.3. Instrumen Penelitian.....	59
3.5. Prosedur Penelitian	66
3.6. Analisis Data	67
3.6.1. Rancangan Analisis Data.....	67
3.6.2. Analisis Data Deskriptif	69
3.6.3. Analisis Data Kuantitatif dan Pengujian Hipotesis	69

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Temuan Penelitian	73
4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	73
4.1.2 Karakteristik Responden	74
4.1.3 Analisis Data Variabel Penelitian.....	76
4.1.4 Analisis Data Regresi dan Pengujian Hipotesis	89
4.2. Pembahasan	93
4.2.1 Gambaran Umum Fanatisme penggemar Korean Pop	93
4.2.2 Pengaruh Fanatisme penggemar Korean Pop Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Pada komunitas Hallyu UP!Edutainment	99

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan	103
5.2 Implikasi dan Rekomendasi	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Anggota Komunitas Hallyu UP!Edutainment.....	56
Tabel 3.2 Skala Penilaian.....	60
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel	61
Tabel 3.4 Kriteria Penilaian Persentase / Skor	72
Tabel 4.1 Usia Responden	74
Tabel 4.2 Lama Menyukai Budaya Korean Pop	75
Tabel 4.3 Pendapatan / Uang Saku Bulanan	75
Tabel 4.4 Pernyataan “ Mengonsumsi Budaya Korean Pop Hanya Untuk Mengisi Waktu Luang”	80
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas	90
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	91
Tabel 4.8 Hasil Regresi Model Summary	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Hubungan Fanatisme Dengan Keputusan Pembelian	52
Gambar 3.1 Hubungan Variabel X Dan Variabel Y	61
Gambar 4.1 Logo Hallyu UP!Edutainment	73
Gambar 4.2 Lokasi Kegiatan Hallyu UP!Edutainment	74

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Media Massa Sebagai Media Penyebaran Budaya Korean Pop	77
Diagram 4.2 Komunitas Sebagai Sarana Penyebaran Budaya Korean Pop	78
Diagram 4.3 Intensitas Konsumsi Budaya Korean Pop	79
Diagram 4.4 Komunikasi (Bahasa)	81
Diagram 4.5 Relasi Sosial	82
Diagram 4.6 Perubahan Pola Pikir Penggemar Budaya Korean Pop	83
Diagram 4.7 Rasa Kepemilikan Pada Idola Korean Pop	84
Diagram 4.8 Pertimbangan Dalam Proses Pembelian	86
Diagram 4.9 Intensitas Pembelian <i>Merchandise</i>	87
Diagram 4.10 Kepuasan Pasca Pembelian	88

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azwar, Saifuddin. (2010). *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bocock, Robert. (2007). *Hegemony*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Braker, Chriss (2004). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, Bantul: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. (2011). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Danang (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Kencana
- Daddow, Oliver. (2013). *International Relations Theory*. London: Sage.
- Hong, Euny (2014). *Korean Cool*, Yogyakarta, Bentang
- Faruk. (2005). *Pengantar Sosiologi Sastra dari Strukturalisme Genetik sampai Post-Modernisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Koentjaraningrat. (1999). *Kebudayaan : Mentalitas dan Kebudayaan*. Jakarta: Rajawali Press
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*, Jakarta: Penerbit Indeks
- Kurniawan, Heru. (2012). *Teori, Metode, dan Aplikasi Sosiologi Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riduwan. (2003). *Skala Pengukuran Variabel – variable Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2012). *Skala Pengukuran Variabel – variable Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Dewi Fitriani Haryono, 2019

PENGARUH FANATISME PENGGEMAR KOREAN POP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE PADA KOMUNITAS HALLYU-UP EDUTAINMENT BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. (2004). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Santrock, John W. (2003). *Adolescence (Perkembangan Remaja)*. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, Elly. M dan Kolip, Usman. (2011). *Pengantar Sosiologi (Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya)*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi, Ulber. (2010). *Metode Penelitian Sosial*: Bandung: Refika Aditama.
- Simon, Roger. (2004). *Gramsci's Political Thought*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Strinati, Dominic. (2009). *Popular Culture: An Introduction to Theories of Popular Culture*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sztompka, Piotr. (2010). *Sosiologi Perubahan Sosial*: Jakarta: Prenada.
- Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wachidah, Lisnur. (2013). *Bahan Ajar Statistika Sosial*. Penulis.
- Widagdho, Djoko. (2010). *Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.

Artikel Jurnal

- Al Amrosy, Afidatul Ulum dan Imron, Ali. (2014). *Hegemoni Budaya Pop Korea Pada Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS)*. *Paradigma*, 2(3), hlm.1-8.
- Cho, Hae-Joang. (2005). *Reading the 'Korean Wave' as a Sign of Global Shift*. *Korea Journal*: Winter 2005, hlm.147-182.
- Jang, Gunjoo dan Paik, Won K. (2012). *Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy*. *Advances in Applied Sociology: SciRes*, 2(3), hlm.196-202.

Lee, Geun. (2009). *A Theory of Soft Power and Korea's Soft Power Strategy*. The Korean Journal of Defense Analysis: Routledge Taylor & Francis Group, 21(2), hlm.302-308.

Ryoo, Wongjae. (2009). *Globalization, or The Logic of Cultural Hybridization: The Case of the Korean Wave*. Asian Journal of Communication: Routledge Taylor & Francis Group, 19(2), hlm.137-151.

Shim, Doobo. (2006). *Hybridity and The Rise of Korean Popular Culture in Asia*. Media, Culture & Society: SAGE Publication (London, Thousand Oaks and New Delhi), 28(1), hlm.25-44.

Skripsi

Saputra, Gerson Yoghi. (2018). *Hubungan Antara Fanatisme Dengan Keputusan Pembelian Merchandise Pada Supporter Klub Manchester United*. (Skripsi). Sanata Dharma University, Yogyakarta.

Khoiriyah, Nur Ummul. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. (Skripsi) Universitas Islam Negeri, Sumatera Utara

Nugraini, Erna Dwi. (2016). *Fanatisme Remaja Terhadap Music Populer Korea Dalam Perspektif Psikologi Sufistik*. (Skripsi) Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Sumber Online

MOFA (Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea). (t.t). Konfusianisme. [*Online*]. Diakses dari: <https://idn.mofa.go.kr/worldlanguage/asia/idn/about/keh/kon/index.jsp>.