

**PENGARUH KONFORMITAS *MERCHANDISE* TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF REMAJA FANDOM K-POP**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Sosiologi



Oleh:

Shafa Anitasyah

1804043

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

BANDUNG

2022

HAK CIPTA
PENGARUH KONFORMITAS *MERCHANDISE* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA FANDOM K-POP

Oleh

Shafa Anitasyah

1804043

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi.

© Shafa Anitasyah

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

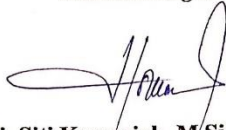
LEMBAR PENGESAHAN

SHAFANITASYAH

PENGARUH KONFORMITAS PADA *MERCHANDISE* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA FANDOM K-POP

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D
NIP. 196804031991032002

Pembimbing II



Fajar Nugraha Asvahidha, M.Pd.
NIP. 199202152019031018

Mengetahui,
Ketua Program Studi Pendidikan
Sosiologi



Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D
NIP. 196804031991032002

ABSTRAK

Budaya K-pop berkaitan dengan segala jenis musik Korea yang menyebar ke berbagai negara termasuk Indonesia melalui media sosial. Penyebaran budaya K-pop menjadi salah satu hal yang mendukung terciptanya komunitas penggemar budaya pop Korea. Namun, dengan adanya pengaruh sosial dalam komunitas tersebut menyebabkan peningkatan minat dan perilaku konsumsi remaja terhadap produk-produk *merchandise* Korea. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konformitas *merchandise* terhadap perilaku konsumtif remaja fandom K-pop. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode statistik deskriptif, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 222 responden. Hasil dari pengujian korelasi *Pearson Product Moment* diperoleh tingkat korelasi atau hubungannya yang rendah. Dari hasil pengambilan keputusan uji hipotesis, diperoleh bahwa H0 ditolak dan H1 diterima maka dapat dikemukakan bahwa konformitas *merchandise* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja fandom K-pop. Pengaruh yang ditimbulkan konformitas *merchandise* sebesar 4,3% terhadap perilaku konsumtif remaja fandom K-pop. Solusi dalam mengatasi perilaku konsumtif serta pembelian yang impulsif yaitu dengan membatasi pembelian produk-produk *merchandise*, lebih mengutamakan kualitas, kuantitas serta rasionalitas sebelum membeli produk yang diinginkan.

Kata Kunci: Budaya K-Pop, Merchandise, Pengaruh Sosial, Perilaku Konsumtif, Remaja Fandom K-pop.

THE EFFECT OF CONFORMITY ON MERCHANDISE ON THE CONSUMPTION BEHAVIOR OF ADOLESCENT K-POP FANDOM

Shafa Anitasyah

NIM 1804043

ABSTRACT

K-pop culture is related to all kinds of Korean music that spread to various countries including Indonesia through social media. The spread of K-pop culture is one of the things that supports the creation of a community of Korean pop culture fans. However, with the social influence in the community, it causes an increase in the interest and consumption behavior of teenagers towards Korean merchandise products. This study aims to determine how much influence the conformity of merchandise has on the consumer behavior of K-pop fandom teenagers. The research approach uses quantitative with descriptive statistical methods, data obtained through the distribution of questionnaires to 222 respondents. The results of the Pearson Product Moment correlation test obtained a low level of correlation or relationship. From the results of the decision-making hypothesis test, it is found that H0 is rejected and H1 is accepted, it can be stated that merchandise conformity affects the consumer behavior of K-pop fandom teenagers. The effect of 4.3% merchandise conformity on the consumer behavior of K-pop fandom teenagers. The solution in overcoming consumptive behavior and impulsive purchases is to limit the purchase of merchandise products, prioritizing quality, quantity and rationality before buying the desired product.

Keywords: K-pop Culture, Merchandise, Social Influence, Consumptive Behavior, Teen K-pop Fandom.

DAFTAR ISI

HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGUJI.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
LEMBAR PERNYATAAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
KATA PENGANTAR.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
UCAPAN TERIMA KASIH	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR GAMBAR.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR LAMPIRAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB I PENDAHULUAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.3.1 Tujuan Umum	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.3.2 Tujuan Khusus	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4 Manfaat Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4.1 Manfaat Teoretis	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4.2 Manfaat Praktis.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4.3 Manfaat Kebijakan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1 Remaja dalam Konsep Konformitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.1 Hakikat Remaja.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.2 Pengertian Remaja	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.3 Ciri Masa Remaja	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1.4 Periode Masa Remaja	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2 Konsep Third Wave dalam Penyebaran Budaya Korea.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

2.3 Konsep Fandom K-Pop dalam Kajian Budaya Populer.....	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
2.4 Hakikat Konformitas	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
2.4.1 Pengertian Konformitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.4.2 Faktor Konformitas.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.4.3 Remaja dan Konformitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.5 Konsep Perilaku Konsumtif dalam Konteks Konformitas.....	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.5.2 Faktor dan Aspek Perilaku Konsumtif.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.6 Konformitas dan Perilaku Konsumtif dalam Kajian Teori Interaksi Simbolik (<i>Symbolic Interactionism</i>).....	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
2.7 Penelitian Terdahulu	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
2.8 Kerangka Berpikir	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
2.9 Hipotesis Penelitian	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
BAB III METODE PENELITIAN	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.1 Desain Penelitian	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.1.1 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.2 Populasi dan Sampel	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.2.1 Populasi.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.2.2 Sampel	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.3.1 Variabel Bebas (X) : <i>Konformitas</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.3.2 Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif Remaja Fandom K-pop	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.4 Instrumen Penelitian	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.5.1 Kuesioner	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.5.2 Studi Kepustakaan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.6 Analisis Instrumen Penelitian.....	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.6.1 Uji Validitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.6.2 Uji Reliabilitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7 Teknik Analisis Data.....	Kesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.	
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

3.7.2 Uji Hipotesis	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
3.7.3 Kategorisasi Data	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1 Temuan Penelitian	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.1 Gambaran Umum Responden	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.2 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.3 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Usia	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.4 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Daerah	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per-bulan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Barang-Barang (<i>Merchandise</i>) dari Idol K-Pop Astro Dalam 1 Bulan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.2 Penentuan Tingkat Variabel	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.2.1 Pengaruh Konformitas <i>Merchandise</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.2.2 Perilaku Konsumtif Remaja Fandom K-pop	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.3 Analisis Data Statistik	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.3.1 Pengaruh Konformitas <i>Merchandise</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.3.2 Perilaku Konsumtif Remaja Fandom K-pop	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4 Analisis Data Pengaruh	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.1 Uji Normalitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.2 Uji Linearitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.3 Uji Homogenitas	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.4 Uji Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.4.5 Uji Hipotesis	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.5 Pembahasan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
4.5.1 Konformitas Remaja Fandom K-pop Pada <i>Merchandise</i>	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

4.5.2 Perilaku Konsumtif Remaja Fandom K-pop **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

4.5.3 Pengaruh Antara Konformitas Merchandise Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Fandom K-pop..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASIKesalahan!
Bookmark tidak ditentukan.

5.1 Simpulan.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

5.1.1 Simpulan Umum..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

5.1.2 Simpulan Khusus **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

5.2 Implikasi.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

5.3 Rekomendasi.....Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA..... viii

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmadi, A. (1999). *Psikologi Sosial*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Ali, Muhammad, 1985. *Penelitian Kependidikan: Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Inggris: Prentice Hall.
- Byrne, R. A. (2005). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Cahyani, Y. 1995. *Iklan, Televisi, dan Perilaku Remaja Perkotaan*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Charon, Joel M. *Symbolic Interactionism: An Introduction, An Interpretation, An Integration*. Englewood Cliffs: PrenticeHall. Inc.1979
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Modern Methods for Business Research.
- Frisby, D., & Simmel, G. (2002). *key Sociologist*. United Kingdom: Routledge.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsa, S. D. (2000). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT Gunung Mulia.
- Herlina. (2013). *Mengatasi Masalah Anak dan Remaja Melalui Buku*. Bandung: Pustaka Cendikia Utama.
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Mappiere, A. (1982). *Psikologi Remaja*; Surabaya: Usaha Nasional.
- Meltzer, B. N., Petras, J. W., & Reynolds, L. T. (2020). *Symbolic interactionism: Genesis, varieties and criticism*. Routledge.
- Myers, D. G. (2014). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Prasetyo, L. M. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2008). *Teori Sosiologi: Dasar Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. . Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan Anak. Jilid 1 Edisi kesebelas*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Sarwono, S. W. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. (2004). *Psikologi Sosial Alih Bahasa Michael Ardyanto Edisi Kelima Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, E. M. (2011). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana.
- Simmel, G. (1972). *On Individuality and Social Forms*. Chicago: University of Chicago Press.

- Soekanto, S., & Sulistyowati, B. (2017). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Storey, J. (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya pop: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Jalasutra.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, Putra, Muhammad Gazali Bagus Ani, Herdiana, Ike, alfian Ilham Nur. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Susanto, S. &. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tambunan, T. T. (2001). *Transformasi ekonomi di Indonesia : teori dan penemuan empiris*. Jakarta: Salemba Empat.
- Taylor E, Shelley, Dkk, *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Umami, I. (2019). *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: Idea Press.
- Widyanta, A. (2002). *Problem Modernitas dalam Kerangka Sosiologi Kebudayaan Georg Simmel*. Yogyakarta: Cindelarast Pustaka Rakyat Cerdas.
- Winarno. 2013. *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press.

Artikel Jurnal:

- Ali, P. T. (2021). Synergy of systems theory and symbolic interactionism: a passageway for non-Indigenous researchers that facilitates better understanding Indigenous worldviews and knowledges. *International Journal of Social Research Methodology*, 1-16.
- Burhan, A. B., & Estaswara, H. (2012). Linearitas Pergeseran Pemikiran Marketingdan Komunikasi Berdasarkan Perkembangan Teknologi Media. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 3(1), 68-74.
- Dewi, A. R. (2019). Fanatisme penggemar kpop dalam bermedia sosial di instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13-23.
- Diananda, A. (2019). Psikologi remaja dan permasalahannya. *ISTIGHNA: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 1(1), 116-133.
- Dikria, O., & Minanti, S. U. (2016). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 128-139.
- Fatmawaty, R. (2017). Memahami Psikologi Remaja. *Reforma: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(2).
- Herdiyanto, M. I. (2015). Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 89-99.

- Herwanto, I. H. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 5-11.
- Hogarth, H. K. (2013). Gelombang Korea: Reaksi Asia terhadap Globalisasi yang didominasi Barat. *Perspektif Pembangunan Global dan Teknologi*, 12, 135-151.
- Kanozia, R., & Ganghariya, G. (2021). Cultural proximity and hybridity: popularity of Korean pop culture in India. *Media Asia*, 48(3), 219-228.
- Mardison, S. (2016). Konformitas teman sebaya sebagai pembentuk perilaku individu. *Jurnal Al-Taujih: Bingkai Bimbingan dan Konseling Islami*, 2(1), 78-90.
- Maukar, D. C. (2014). Hubungan Konformitas Remaja dan Identitas Sosial Dengan Brand Loyalty Pada Merek Starbucks Coffee Surabaya. *Jurnal CALYPTRA*, 1-13.
- Nursanti, M. I., & Lukmanto, T. (2013). Analisis deskriptif penggemar k-pop sebagai audiens media dalam mengonsumsi dan memaknai teks budaya. *Interaksi Online*, 2(2).
- Pali, R. C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, 298-302.
- Rengganis, D. A. (2017). Kontribusi identitas sosial terhadap Konformitas penggemar K-pop. *Jurnal Psikologi*, 9(2).
- Reza, F. A. (2013). Hubungan Pembentukan Identitas Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja. *Jurnal Penelitian Sosiologi*, 1-6.
- Sanaria, A. (2004). *Conformity & Norms: The Individual Perspective*. Rochester, NY: *Social Science Research Network*.
- Saputro, B. M., & Soeharto, T. N. E. D. (2012). Hubungan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan kecenderungan kenakalan pada remaja. *Insight*, 10(1), 1-15.
- Shohibullana, I. H. (2014). Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA (Ditinjau Dari Lokasi Sekolah). *Jurnal online Psikologi*, 47.
- Silalahi, F. N. (2013). Hubungan Antara Identitas Sosial Dan Konformitas Anggota Komunitas Virtual Kaskus Regional Depok. *Jurnal Elektronik*, 94.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Usmadi. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis. *Inovasi Pendidikan*, 50-62.
- Widiastuti, J. G. (2013). Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 50-65.
- Wuryanta, E. W. (2012). Diantara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak Fenomena K-Pop di Indonesia). *Jurnal UMN*, 79-94.

Zebua, A.S & Nurdjayadi, R.D. (2001). Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Jurnal Phronesis* .3. (6). 72-82.

Skripsi, Tesis dan Disertasi:

Anjani, K. P. (2020). *The Correlation Between Self-Control and Consumptive Behavior in Purchasing K-pop Merchandise in Adolescents* (Doctoral dissertation, Untag 1945 Surabaya).

Christy, P. A. (2022). *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise K-Pop Pada Kalangan Remaja di Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Dzakiyyah, J. (2020). *Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif produk Korea pada komunitas kloss community di Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Faizah, N., & Uyun, Z. (2022). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop Di DKI Jakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Kartika, V. C. (2018). *Gaya Hidup Penggemar EXO di Surabaya Terhadap Produk Merchandise Boyband EXO* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

Lestari, A. (2006). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berkepribadian Ekstrovet dan Mahasiswa yang Berkepribadian Introvert*.

McCudden, M. L. (2011). *Degrees of fandom: Authenticity & hierarchy in the age of media convergence* (Doctoral dissertation, University of Kansas).

Nugraha, D. (2016). *Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif terhadap Pembelian Merchandise pada Kelompok Suporter Liverpool Football Club (BIGREDS) Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Pranata, A. (2017). *Pengaruh reward and punishment terhadap motivasi belajar siswa di SMA Pasundan 3 Bandung*. In repository unpas (Issue 2006).

Putri, N. A. (2018). Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Army Gaperta . *repository.uma.ac.id*, 1.

Rahmawati, S. (2018). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Sihotang, A. (2009). *Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Sumarlin, R. (2009). Perilaku Konformitas Remaja Yang Berada di Lingkungan Peminum Alkohol. Skripsi. Available : www.gunadhama.ac.id.

Zahra, S. (2019). *Penggemar Budaya K-Pop (Studi Mengenai Idelologi Penggemar Budaya K-pop Pada Fandom IKONIC di Kota Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

Makalah Prosiding Seminar:

Hastuti, I. P., Effendi, E., & Anita, A. (2021, June). K-pop Merchandise Store (Perencanaan Pendirian Usaha Menjual Barang-barang Ikon Idol Korea). In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis* (pp. 241-251).

Sumber Online dan Bentuk Lain:

Fandia, M. (2016, Maret). *The Fandom for Idols – a Survey Report on Kpop Fans in Indonesia*. Retrieved from Jakpat.net: <https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/>

So, W. (2020, September 12). *Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019*. Retrieved from Country. Statista.: <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country>