

**PENGARUH FANATISME, GAYA HIDUP
HEDONIS DAN LITERASI KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
REMAJA MUSLIM PECINTA *K-POP* DI
PEKALONGAN MELALUI KONTROL DIRI
SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NUR HIKMAHTUL LAILA

NIM 4120069

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**PENGARUH FANATISME, GAYA HIDUP
HEDONIS DAN LITERASI KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
REMAJA MUSLIM PECINTA *K-POP* DI
PEKALONGAN MELALUI KONTROL DIRI
SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NUR HIKMAHTUL LAILA

NIM 4120069

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Hikmahtul Laila
NIM : 4120069
Judul Skripsi : **Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Pecinta *K-Pop* Di Pekalongan Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 17 Februari 2024
Yang Menyatakan,



Nur Hikmahtul Laila

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nur Hikmahtul Laila

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Nur Hikmahtul Laila

NIM : **4120069**

Judul Skripsi : **Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Pecinta K-Pop Di Pekalongan Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 17 Februari 2024

Pembimbing



Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si

NIP. 199101092020122016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : Nur Hikmahtul Laila
NIM : 4120069
Judul Skripsi : Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Pecinta K-Pop di Pekalongan Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating

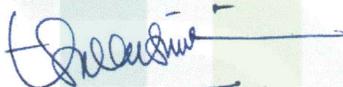
Dosen Pembimbing : Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si

Telah diujikan pada hari kamis, 7 Maret 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Tsalis Syaifuluddin, S.Pd., M.Si.

NIP. 198708032018011002


M. Arif Kurniawan, S.E., M.M.

NIP. 198606182020121007

Pekalongan, 7 Maret 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shihata Dewi Rismawati, M.II.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Tujuan tidak selalu bisa tercapai, tetapi memiliki hati yang percaya bahwa suatu hari kau akan mencapai tujuanmu adalah hal yang penting”

-RM-

“Mimpi, kau akan mekar sepenuhnya setelah semua kesulitan.”

-Agust-D: So Far Away-



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Martono dan Ibu Sumarni, penulis ucapkan terima kasih tulus dari hati terdalam. Terima kasih telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, selalu mendoakan dan telah berusaha memberikan Pendidikan yang terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai ke jenjang sarjana.
2. Kepada kakak-kakak ku yang memberikan dukungan dan semangat kepada adiknya dalam menyelesaikan pendidikannya.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Kepada dosen pembimbing saya, Ibu Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, saran serta waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada dosen wali Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.Si yang telah membimbing saya dari awal

kuliah sampai dengan sekarang.

6. Kepada seluruh teman-teman saya yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.
7. Kepada kak namjoon, kak jin, kak yoongi, kak jhope, kak jimin, kak tae dan kak jk yang telah menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini lewat lagu-lagunya dan telah menjadi tempat keluh kesah penulis.



ABSTRAK

NUR HIKMAHTUL LAILA. Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Pecinta K-Pop di Pekalongan Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating.

Dengan hadirnya budaya populer korea yang masuk ke Indonesia menjadikan masyarakat ikut serta dalam mengikuti trend korea. Budaya korea yang masuk salah satunya yaitu musik *K-Pop*, melalui musik *K-Pop* banyak melahirkan boy grup atau girl grup korea yang banyak digemari oleh kebanyakan remaja di Indonesia. Dalam menikmati konten dari para idolanya para penggemar akan melakukan pembelian tiket konser, pembelian *merchandise* atau melakukan pertemuan dengan penggemar *K-Pop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah fanatisme, gaya hidup hedonis dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan serta untuk mengetahui apakah kontrol diri dapat memoderasi hubungan antara fanatisme, gaya hidup hedonis dan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sumber data berupa data primer. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 96 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Untuk proses analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan moderasi. Metode analisis data menggunakan (SPSS) versi 26 untuk pengolahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme, gaya hidup hedonis dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan kontrol diri tidak dapat memoderasi hubungan antara fanatisme, gaya hidup hedonis dan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis, Literasi Keuangan, Kontrol Diri

ABSTRACK

NUR HIKMAHTUL LAILA. The Influence of Fanaticism, Hedonistic Lifestyle and Financial Literacy on the Consumptive Behavior of K-Pop Loving Muslim Adolescents in Pekalongan Through Self-Control as a Moderating Variable.

With the presence of Korean popular culture entering Indonesia, people participate in following Korean trends. One of the Korean cultures that is included is K-Pop music. Through K-Pop music, many Korean boy groups or girl groups have been created which are very popular with most teenagers in Indonesia. In enjoying content from their idols, fans will buy concert tickets, buy merchandise or meet with the K-Pop fan community. This research aims to find out whether fanaticism, hedonic lifestyle and financial literacy influence consumer behavior among Muslim teenagers who love K-Pop in Pekalongan and to find out whether self-control can moderate the relationship between fanaticism, hedonic lifestyle and financial literacy and consumptive behavior.

The method used in this research is a quantitative method. The data source is primary data. Data collection techniques through distributing questionnaires. The research sample consisted of 96 respondents using accidental sampling technique. For the data analysis process, multiple regression analysis with moderation is used. The data analysis method uses (SPSS) version 26 for data processing.

The research results show that fanaticism, hedonic lifestyle and financial literacy influence consumer behavior. Meanwhile, self-control cannot moderate the relationship between fanaticism, hedonic lifestyle and financial literacy with consumer behavior.

Keywords : Consumptive Behavior, Fanaticism, Hedonistic Lifestyle, Financial Literacy, Self-Control

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT, berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Abdurrahman Wahid.
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Happy Sista Devi, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ibu Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu dan saran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan maetrial dan moral
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dan selalu

memberikan doa serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini

10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama berkaitan dengan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 17 Februari 2024

Penulis



Nur Hikmahtul Laila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
B. Telaah Pustaka.....	19
C. Kerangka Berpikir	28
D. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Pendekatan Penelitian.....	32
C. Setting Penelitian.....	32
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
E. Variabel Penelitian	33
F. Sumber Data	35
G. Teknik Pengumpulan Data.....	35
H. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Deskripsi Data Penelitian	41
C. Analisis Data	50
D. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	61
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ء	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	a	A
اِ	Kasrah	i	I
اُ	Dammah	u	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	ai	a dan u
اُو...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas

...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul
atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-
munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid,

ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa
khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan

itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ عَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْاُمُوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī'an/
Lillāhil-amru jamī'an

J. Tajwid

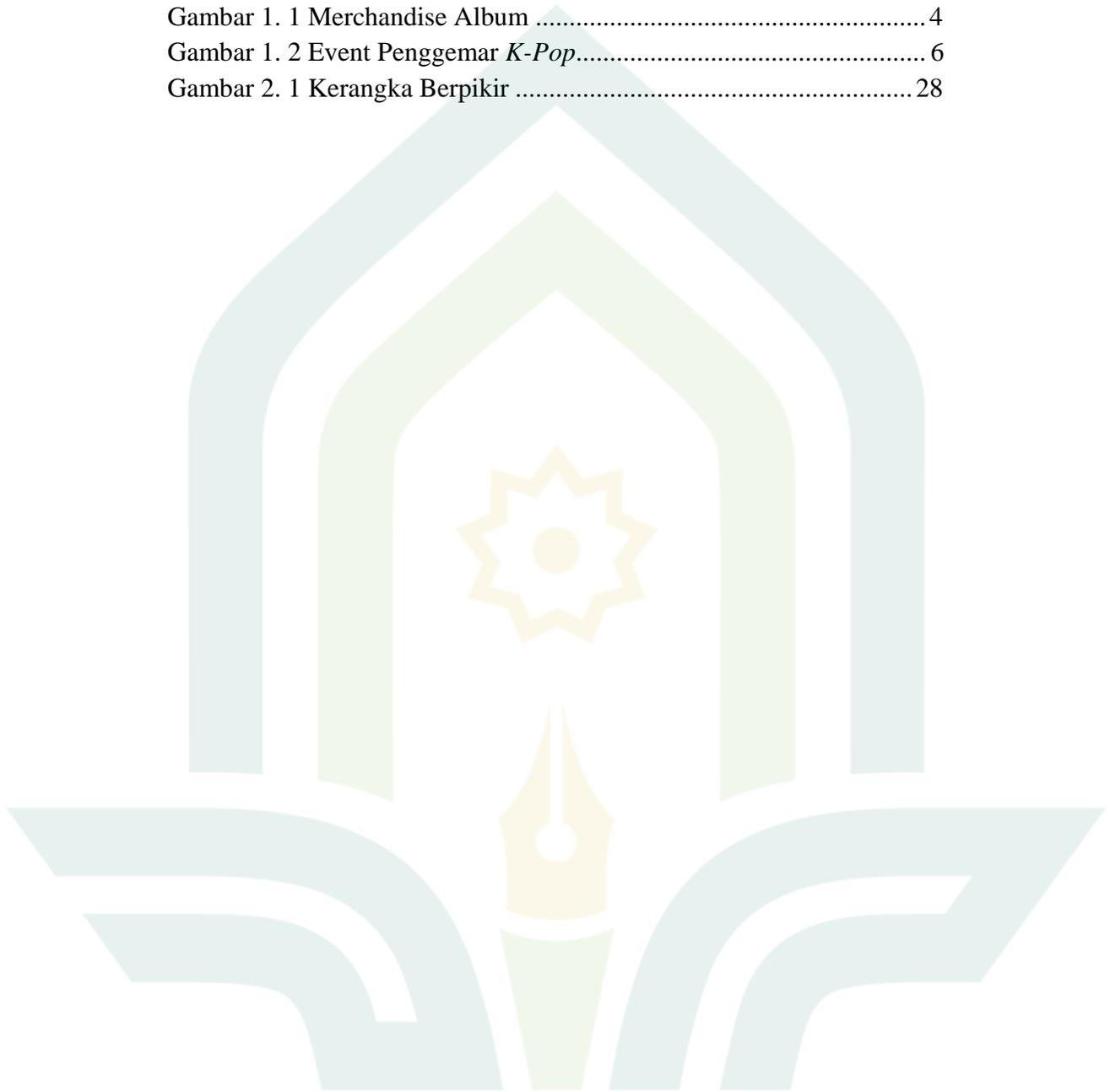
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka.....	19
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Fanatisme (X1), Gaya Hidup Hedonis (X2), Perilaku konsumtif (Y) dan Kontrol Diri (Z)	34
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	42
Tabel 4. 2 Nama Fandom Responden.....	43
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel (X ₁)	44
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel (X ₂)	45
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel (X ₃)	46
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel (Y).....	48
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel (Z)	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Fanatisme (X1)	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis (X2).....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan (X3)	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kontrol Diri (Z)	51
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	53
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4. 16 Uji Heterokedastisitas.....	54
Tabel 4. 17 Uji Regresi Berganda	55
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi	57
Tabel 4. 19 Pengujian MRA.....	58
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi Menggunakan MRA	61

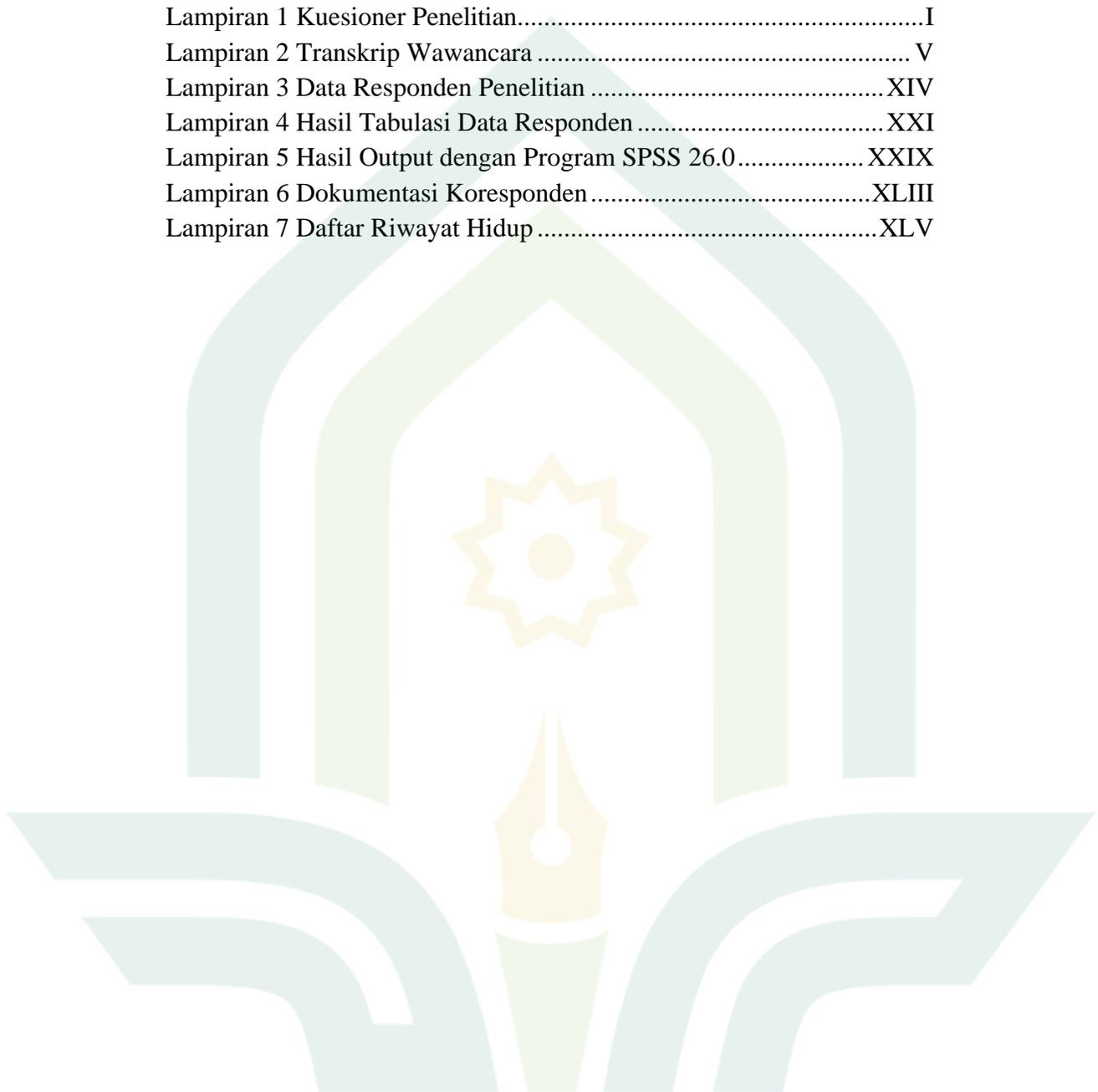
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Merchandise Album	4
Gambar 1. 2 Event Penggemar <i>K-Pop</i>	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	V
Lampiran 3 Data Responden Penelitian	XIV
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data Responden	XXI
Lampiran 5 Hasil Output dengan Program SPSS 26.0.....	XXIX
Lampiran 6 Dokumentasi Koresponden.....	XLIII
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	XLV



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya sudah melekat di diri masyarakat yang mana tidak akan bisa dipisahkan. Dinamika budaya dan kemajuan zaman yang luar biasa juga berjalan seiring dengan pertumbuhan yang berkelanjutan seperti saat ini yaitu budaya populer. Globalisasi dan perkembangan pesat budaya Korea telah melahirkan fenomena *Korean Wave*. Berawal dari sektor hiburan, di mana budaya Korea berhasil ditampilkan dalam drama televisi, film, musik (*K-Pop*), *fashion*, dan *variety show*. *Korean Wave* diperkirakan akan semakin mempengaruhi perilaku dan bahkan gaya hidup masyarakat Indonesia (Fahirra, 2021).

Setelah sukses dengan penayangan serial drama, budaya Korea juga masuk melalui musik yang menarik perhatian masyarakat Indonesia yang biasa disebut *K-Pop*. Kata *K-Pop* sendiri berasal dari kata *Korean Pop* dimana kata tersebut dimaksudkan ke dalam jenis musik populer (Andina, 2019). Melalui musik *K-Pop* ini melahirkan banyak *boyband* ataupun *girlband* diantaranya ada Bts, Txt, Seventeen, Nct, Blackpink, Twice dan lain sebagainya. Para penggemar *K-Pop* di Indonesia dalam menikmati konten hiburan idolanya meliputi tiket konser, pembelian *merchandise*, layanan aplikasi, dll dimana mereka harus mengeluarkan sejumlah uang dengan rata-rata sebanyak 1,3 juta. Hal tersebut di ungkapkan oleh cindy mutia annur melalui website databoks.katadata (annur, 2022).

Pembelian barang-barang tersebut merupakan kesenangan bagi para penggemar, hal tersebut termasuk ke dalam perilaku konsumtif. Definisi perilaku konsumtif sendiri yaitu tingkah laku dalam melakukan pembelian barang dengan cara berlebih hanya untuk memenuhi keinginan dan mengabaikan kebutuhan, sehingga dapat mengakibatkan

pemborosan diri (Yuliawan, 2022). Konsep perilaku konsumtif berdampak pada kehidupan masyarakat saat ini. Dalam waktu yang relatif singkat, perilaku dan gaya hidup saat ini dengan cepat berubah menjadi lebih boros. Perilaku konsumtif seringkali menghasilkan pengeluaran yang lebih tinggi karena sekarang mengarah pada kepuasan keinginan daripada hanya kebutuhan yang mana dapat berasal dari faktor baik secara internal maupun secara eksternal (Zahra, 2021).

Menurut Engel, Blackwell & Miniard (1995) dalam (Handayani, 2020) pembentukan perilaku konsumtif itu dapat banyak dipengaruhi oleh kelompok referensi, motivasi, kebudayaan, konsep diri, situasi, kelas sosial, kontrol diri, keluarga dan gaya hidup hedonis. Rasa suka dan cinta mereka terhadap *K-Pop* membuat mereka tergiur untuk membeli produk yang dijual. Sehingga budaya Korea dapat memberikan dorongan minat beli masyarakat untuk membeli produk tersebut. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai fanatisme karena muncul dari rasa kagum yang luar biasa terhadap barang ataupun tokoh publik.

Selain dari fanatisme terdapat faktor pola gaya hidup, gaya hidup seseorang dapat dikenali dari pola perilakunya. Penggemar *K-Pop* biasanya memiliki gaya hidup yang meniru idola mereka dan gaya hidup Korea itu sendiri. Difikiran mereka yang terpenting adalah menjadi seperti idolanya, sehingga mereka tidak memperhatikan aspek keuangan. Cara hidup yang seperti itu cenderung sering mengarah ke gaya hidup hedonis. Faktor lainnya yaitu kurangnya literasi keuangan seperti keterampilan dan pengetahuan dalam mengambil dalam menggunakan keuangan yang efektif.

Kemampuan mengontrol diri juga menjadi faktor penting karena hal tersebut memungkinkan seseorang untuk bertindak sesuai dengan norma sosial, tradisi, dan nilai-nilai yang berasal dari agama maupun di lingkungan ia berada. Kontrol diri dibedakan menjadi dua karakteristik. Pertama, kontrol diri harus dimulai dari individu. Kedua, kontrol diri

hanya berlaku untuk keputusan di mana satu alternatif jelas lebih berguna dalam jangka panjang daripada yang lain, meskipun opsi yang kurang berharga tampaknya lebih diinginkan pada saat itu (Duckworth et al., 2019). Kontrol diri pada remaja tumbuh seiring dengan kematangan emosi. Ketika remaja menyelesaikan masa remajanya tanpa emosi yang meledak di depan orang lain, dan dapat menahan diri dapat diyakini bahwa mereka telah matang secara emosional (Fitriana, 2019).

Kebanyakan dari mereka yang melakukan pembelian barang *K-Pop* adalah remaja muda karena mereka masih memiliki gairah keinginan yang tinggi. Pada dasarnya remaja sendiri merupakan anak yang sedang mengalami transisi menuju ke dewasa, dimana dimasa remaja ini mereka masih memiliki emosi yang berubah-ubah. Batasan usia remaja menurut WHO yaitu 12-24 tahun, hal itu serupa juga dengan Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional atau biasa disingkat dengan BKKBN yang mana telah mengutarakan bahwa Batasan usia untuk remaja ialah 12-24 tahun (Saiful Anugrahadi, 2019). Tak jarang dari remaja muslim pun ikut gemar mengoleksi barang-barang *K-Pop* entah itu dengan harga murah ataupun mahal tanpa memperhatikan atau memperdulikan kegunaan barang tersebut. Salah satu barang yang banyak digemari ialah album dari idolanya.



Sumber: WeverseShop

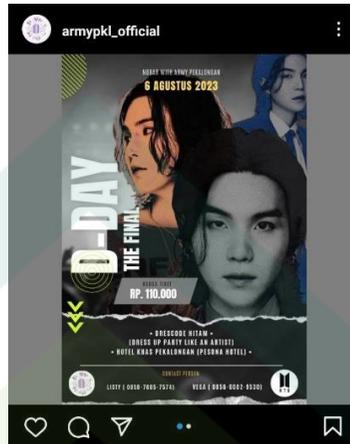
Gambar 1. 1 Merchandise Album

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Khelsea, banyak anak muda Muslim yang tertarik dengan *K-Pop* dan membeli produk yang menampilkan idola *K-Pop* mereka. Mayoritas remaja muslim melakukan *impulsive buying*. Terlepas dari kenyataan bahwa *impulsive buying* dapat mengakibatkan perilaku yang berbahaya, termasuk hilangnya kemampuan seseorang untuk mengelola uang dengan baik. *Impulsive buying* remaja muslim dianggap sebagai perilaku konsumtif (Khelsea et al., 2021). Hal ini dikarenakan remaja memiliki kecenderungan untuk menyukai berbagai hal, yang membuat mereka mencoba hal-hal baru menjadi menantang. Remaja cenderung menghadapi perubahan tertentu di masa kini, termasuk yang bersifat fisik, mental, emosional, dan perilaku. Salah satu perubahan tersebut ialah perilaku konsumtif (Anggraini et al., 2019).

Dalam penelitian terdahulu terdapat penelitian dari (Fadillah, 2023) menunjukkan bahwa variabel fanatisme pada kategori tinggi sehingga memiliki pengaruh terhadap perilaku

konsumtif. Sedangkan penelitian dari (Pakpahan et al., 2021) Dimana penelitian itu menunjukkan keterbalikan bahwa fanatisme tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dalam dua penelitian terdapat riset gap dimana variabel fanatisme ada yang mempunyai pengaruh namun ada juga yang tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Selain dari kedua penelitian diatas, terdapat fenomena yang ada di pekalongan terkait dengan *K-pop*. Hal ini dikarena bahwasanya di Pekalongan terdapat banyak para remaja muslim yang menggemari musik *K-Pop*, hal ini dibuktikan dengan adanya banyak akun fanbase dengan ribuan followers. Diantaranya yaitu akun fanbase dari fandom Army, Nctzen, Carat dan Engene, ke-empat akun fanbase tersebut merupakan empat fanbase terbesar yang ada di Pekalongan. Tak jarang dari mereka juga selalu mengadakan event-event seperti nonton bareng jika idolanya mengadakan konser, atau event ulang tahun dari salah satu member idolanya. Dimana disetiap event tersebut banyak antusias dari mereka untuk mengikutinya. Fenomena tersebut yaitu salah satunya terkait dengan gaya hidup hedonis remaja muslim penggemar *K-Pop*. Salah satu event yang pernah diselenggarakan yaitu event nonton bareng konser D-Day The Final Agust-D yang merupakan salah satu member dari BTS. Event ini dilakukan oleh penggemar Army Pekalongan.



Sumber: Instagram *armypkl_official*

Gambar 1. 2 Event Penggemar *K-Pop*

Selain itu terdapat hasil wawancara yang dilakukan dengan remaja penggemar *K-pop*. Menurut penuturan dari saudari Avinatunnisa' seorang penggemar *K-Pop* dari fandom Nctzen yang mulai bergabung pada awal tahun 2021, ia sudah mengeluarkan uang kurang lebih sekitar 500 sampai dengan 1.000.000 rupiah, untuk melakukan pembelian *merchandise K-Pop* seperti album, serta melakukan pembelian untuk aplikasi yang dapat berbincang dengan idolanya. Ia mengatakan bahwa tidak ada rasa penyesalan saat membeli *merchandise K-pop* yang berkaitan dengan idolanya. Menurut penuturannya bahwa ia hanya tau tentang literasi keuangan serta menurutnya literasi keuangan itu penting. Ia suka menabung dimana dalam menabung untuk konsepnya dibagi-bagi baik untuk membeli merch ataupun untuk kebutuhan (Avinatunnisa', 2023).

Sedangkan penuturan dari saudari Ratna seorang penggemar *K-Pop* dari fandom Exo-l bahwa dia tidak melakukan pembelian *merchandise* terlalu berlebihan, dia keseluruhan hanya mengeluarkan uang sebesar 150 ribu. Ia mendukung idolanya melalui streaming dan hanya melihat video-video yang terkait dengan idolanya saja. Menurut penuturan Ratna bahwa ia paham akan mengenai literasi keuangan tetapi tidak suka menabung. Ia mengatakan jika

dirinya menabung akan tetapi tidak akan menabung hanya untuk membeli merch (Ratna, 2023). Mereka juga mengatakan bahwa mereka masih memiliki kontrol diri yang kuat, seperti pada hasil wawancara yang dilakukan, mereka mengatakan bahwa masih memiliki batasan dalam melakukan pembelian.

Dari perbedaan hasil penelitian kedua penelitian sebelumnya serta fenomena yang ada di Pekalongan. Sehingga hal itu membuat tertarik peneliti guna melakukan penelitian kembali dengan menggunakan variabel independen sama yaitu fanatisme serta variabel dependennya yaitu perilaku konsumtif namun mempunyai perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu penambahan 3 variabel lain yaitu gaya hidup hedonis, literasi keuangan dan kontrol diri sebagai pembeda dari penelitian sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah fanatisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan?
2. Apakah gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan?
4. Apakah fanatisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan melalui kontrol diri sebagai variabel moderating?
5. Apakah gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan melalui kontrol diri sebagai variabel moderating?
6. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan melalui kontrol diri sebagai variabel moderating?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah variabel fanatisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan.
2. Untuk mengetahui apakah variabel gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan.
3. Untuk mengetahui apakah variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan.
4. Untuk mengetahui apakah variabel fanatisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan melalui kontrol diri sebagai variabel moderating.
5. Untuk mengetahui apakah variabel gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan melalui kontrol diri sebagai variabel moderating.
6. Untuk mengetahui apakah variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja muslim pecinta *K-Pop* di Pekalongan melalui kontrol diri sebagai variabel moderating.

b. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Harapan peneliti semoga dengan adanya penelitian yang telah dilakukan ini semoga dapat mempunyai kebermanfaatan bagi para pembaca untuk menambah beberapa wawasan serta pengetahuan baru bagi mereka terkait dengan beberapa variabel yang telah digunakan diantaranya perilaku konsumtif, fanatisme, gaya hidup hedonis, literasi keuangan serta kontrol diri yang mana tidak mereka dapatkan saat berada di bangku sekolah.

2. Manfaat Secara Praktis

a) Bagi Peneliti

Manfaat tersendiri bagi peneliti ialah sebagai instrumen dalam mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan peneliti semasih menjalankan perkuliahan, serta memperluas pengetahuan ilmiah.

b) Bagi Akademik

Manfaat bagi akademik dalam penelitian ini tidaklah lain yaitu harapan agar bermanfaat dalam menambah informasi serta dapat menjadi literature tambahan di akademik.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang terbagi kedalam lima bab antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi telaah pustaka, landasan teori, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian populasi, sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini berisi berupa uraian hasil analisis data dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan serta saran.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini yang sudah dilakukan dengan melalui beberapa proses seperti pengumpulan data, olah data serta juga menganalisisnya, maka dari itu dapat diambil kesimpulan secara menyeluruh yaitu:

1. Variabel fanatisme berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja muslim pecinta *K-Pop* dengan dibuktikan dengan nilai signifikansinya < 0.05 , sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat fanatisme seseorang maka perilaku konsumtifnya akan meningkat.
2. Variabel gaya hidup hedonis mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja muslim pecinta *K-Pop* dengan dibuktikan dengan nilai signifikansinya < 0.05 , sama halnya dengan variabel fanatisme, pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif juga dapat dikatakan semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonisnya seseorang maka akan meningkatkan perilaku konsumtifnya.
3. Variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja muslim pecinta *K-Pop* dengan dibuktikan dengan nilai pada signifikansinya < 0.05 , namun dalam penelitian ini tingkat literasi keuangannya tinggi tetapi tingkat perilaku konsumtifnya juga tinggi.
4. Variabel kontrol diri didalam penelitian yang telah dilakukan ini tidak dapat memoderasi pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif, yang dibuktikan pada nilai signifikansinya > 0.05 . Dibuktikan juga dalam penelitian ini mempunyai tingkat kontrol diri yang tinggi akan tetapi fanatisme dan perilaku konsumtifnya tinggi.
5. Variabel kontrol diri dalam penelitian ini tidak dapat memoderasi pengaruh antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif, yang dibuktikan pada nilai

signifikansinya > 0.05 . Dibuktikan juga dengan mempunyai tingkat kontrol diri tinggi akan tetapi gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtinya tinggi.

6. Variabel kontrol diri dalam penelitian ini tidak bisa memoderasi pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, yang dibuktikan pada nilai significansinya > 0.05 . Dapat dibuktikan juga dalam penelitian ini memiliki tingkat kontrol diri tinggi, literasi keuangan tinggi dan perilaku konsumtinya tinggi.

B. Saran

Melalui hasil penelitian yang sudah dijalankan, maka didalam penelitian ini memiliki saran yang bisa diberikan diantaranya yaitu:

1. Bagi Remaja Muslim Pecinta *K-Pop* di Pekalongan
Melibatkan diri dalam dunia *K-Pop* terkadang menjadi pengalaman positif jika dijalankan dengan bijak dan seimbang. Seperti berperilaku konsumtif dalam melakukan pembelian merchandise, alangkah baiknya jika bersikap sewajarnya tidak perlu memaksakan untuk membeli. Miliki batasan diri yang kuat dan pahami akan prioritas kebutuhan agar tidak menjadi seseorang yang berperilaku boros.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Agar penelitian ini dapat diperluas dapat dilakukan penelitian pada daerah baru guna membandingkan penelitian yang telah selesai dengan penelitian lain. Disarankan juga untuk memikirkan menambahkan variabel lain sebagai informasi baru faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja. Seperti penambahan faktor lainnya yaitu teman sebaya atau intensitas penggunaan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 4(1), 24.
- Abidin, M. Z. (2020). Pentingnya Bermadzhab dan Larangan Fanatisme Menurut Pandangan KH. Hasyim Asy'ari. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Jurnal Permata*, 1(1), 58–71.
- Algifari. (2013). *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*. BPFE-Yogyakarta.
- Andina. (2019). *View of Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop*. <https://www.jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/100/159>. <https://www.jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/100/159>
- Anggraini, R. T., Fauzan, &, & Santhoso, H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131–140. <https://journal.ugm.ac.id/gamajop/article/view/44104>
- annur. (2022). *Mayoritas Penggemar K-Pop dan K-Drama Hanya Nikmati Konten Gratisan*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/Mayoritas-Penggemar-k-Pop-Dan-k-Drama-Hanya-Nikmati-Konten-Gratisan>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/mayoritas-penggemar-k-pop-dan-k-drama-hanya-nikmati-konten-gratisan>
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying. *Jurnal Ecopsy*, 7, 71–78.
- Aribowo, A. S., Basiron, H., Herman, N. S., & Khomsah, S. (2020). Fanaticism Category Generation Using Tree-Based Machine Learning Method. *Journal of Physics: Conference Series*, 1501(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1501/1/012021>
- Arif, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, Dan

Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Su Medan Pengguna Electronic Money Dengan Pengendalian Diri Sebagai Moderasi. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 736–760.

Avinatun Nisa'. (2023, 30 Mei). Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, dan Kontrol Diri. (nur hikmahtul laila, Interviewer).

Bahtiar, A., Meiyuntariningsih, T., & Ririn Aristawati, A. (2022). Fanatisme terhadap anime dan perilaku konsumtif. *INNER: Journal of Psychological Research*, 1(2), 70–75. <https://aksiologi.org/index.php/inner>

Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07(04), 13–18.

Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>

Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota Semarang). *Proceeding SENDI_U*.

Duckworth, A. L., Taxer, J. L., Eskreis-Winkler, L., Galla, B. M., & Gross, J. J. (2019). Self-Control and Academic Achievement. *Annual Review of Psychology*, 70, 373–399. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103230>

Dwi, M. R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling

Edi Warsidi. (2021). *Perilaku Konsumtif Merusakkan Karakter Bangsa* (Hetti Restianti (ed.)). CV Rizky Aditya.

- Egita, S., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 26–39. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.342>
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.21580/PJPP.V3I1.2442>
- Fadillah, R. (2023). Fanaticism of Consumptive Behavior of Merchandise Purchasing in Student Boyband Fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2339>
- Fahirra. (2021). *Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS (Studi Pada ARMY Indonesia)*. 10, 148–159.
- Fauziah, A. (2018). Perilaku Konsumen Milenial Muslim Pada Resto Bersertifikat Halal di Indonesia : Implementasi Teori. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 3(2), 200–218.
- Fitria, A. R., Uguy, F. C. A., Sinaga, Z. V. &, & Firyal, A. (2023). *Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Yang Gemar Korean Hallyu*. 1(1), 81–94.
- Fitriana, M. (2019). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Pemujaan Terhadap Idola Pada Remaja Penggemar K-Pop*. 7(3), 450–456.
- Hagger, M. S., Cameron, L. D., Hamilton, K., Hankonen, N., & Lintunen, T. (2020). *The Handbook of Behavior Change*. Cambridge University Press. https://books.google.co.id/books?id=IfEFEAAAQBAJ&dq=buku+tpb+ajzen+pdf&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-Pop Pada Mahasiswa UIN Suska Riau. *Skripsi*.

- Indah Apriliyani, Lania Muharsih, & Nita Rohayati. (2021). Fanatisme Dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 75–84. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v1i1.99>
- Julian, E., Ananda, N. A., & Andriani, S. (2018). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.37673/jmb.v1i2.15>
- Khairat, M., Yuliana, S. &, & Yusri, N. A. (2018). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, November.
- Khelsea, Y. O., Tranggono, D., Claretta, D., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 264–289. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.264-289>
- Kumalasari. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Mufarizzaturrizkiyah. (2020). *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*. CV. ELSI PRO.
- Nurazijah, M., Fitriani, S. L. N., & Rustini, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. *Journal on Education*, 5(2), 2345–2352. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.890>
- Pakpahan, E. Y., Adriansyah, M. A., & Putri, E. T. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(4), 727. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i4.6560>
- Pinta Ananda Putri. (2021). *Hubungan antara fanatisme dengan*

perilaku konsumtif pada remaja penggemar korean wave.
Universitas Islam Riau.

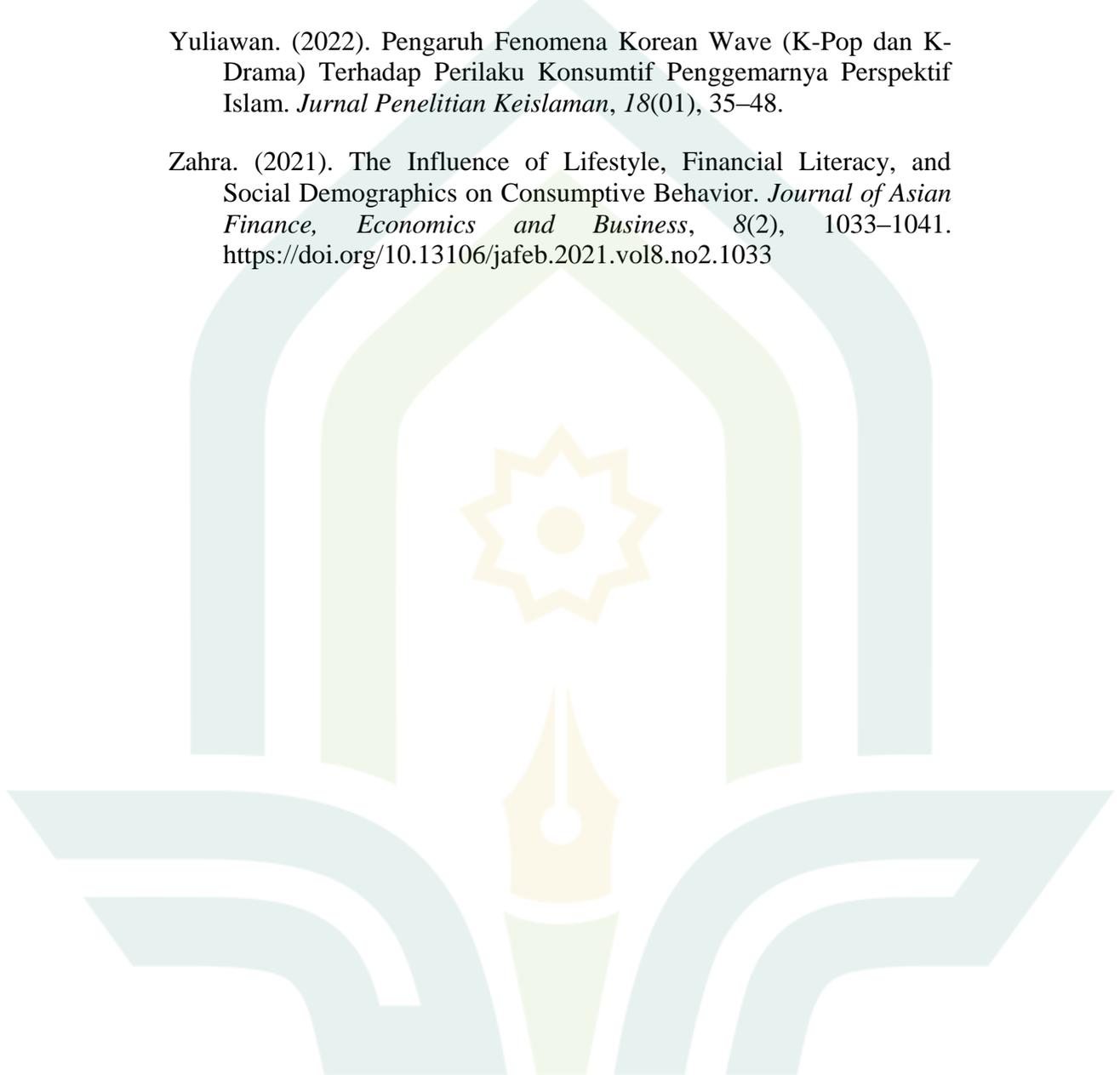
- Prasetyo, D., Tayo, Y., & Kusumaningrum, R. (2020). Pengaruh Budaya Populer Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise pada Komunitas Blink Jabodetabek. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 992–1002.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19994>
- Priyantinasari, P., & Mulyana, A. (2020). The Effect of Instagram Exposure of Hedonic Lifestyle on Dissonance Rates for Digital Native. *International Journal of Environment, Agriculture and Biotechnology*, 5(2), 396–402. <https://doi.org/10.22161/ijels.52.10>
- Priyanto, dwi. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. GAVA MEDIA.
- Ratna. (2023, 30 Mei). Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, dan Kontrol Diri. (nur hikmahtul laila, Interviewer).
- Rahma, S. U. ., Bukhari, E., & Prasetyo, E. . (2022). Pengaruh Literasi keuangan, Pendapatan Dan Gayahidup Terhadap Perilaku konsumtif belanja online pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 49–56.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. In *Communications* (Vol. 1, Issue 1, pp.1–26). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/9460/6798>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen , Teknik, Pendidikan dan Eksperimen)*. Deepublish.

- Saiful Anugrahadi. (2019). *MENGENAL REMAJA GENERASI Z (Dalam Rangka memperingati Hari Remaja Internasional)–BKKBN NTB*. <https://Ntb.Bkkbn.Go.Id/?P=1467>.
<https://ntb.bkkbn.go.id/?p=1467>
- Sari, F., & Handayani, N. S. (2019). Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 179–188.
<https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2442>
- Siallagan, A. M., Derang, I. &, & Gustin Nazara, P. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung* <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>
- Sidik Priadana, D. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Sopian. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Car di Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 15(2), 74. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v15i2.2410>
- Sujalu, A. P., Latif, I. N., Bakrie, I., & Milasari, L. A. (2021). *Statistik Ekonomi 1*. Zahir Publishing.
- Supriyadi. (2018). *Hubungan Fanatisme Kelompok dengan Perilaku Agresi pada Anggota Organisasi Kemasyarakatan*. 5(2), 460–471.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1).
<https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Titin Lestari, N., & Faizin, M. (2022). Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 229–244.
<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.923>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan

Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687. <https://doi.org/10.52160/EJMM.V3I6.245>

Yuliawan. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48.

Zahra. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>



Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Nur Hikmahtul Laila
2. Tempat,tanggal lahir : Pekalongan, 09 Juni 2003
3. Alamat rumah : Desa Rowolaku RT.05 RW.02, Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan
4. No.Hp : 085700328293
5. Email : nhikmahtullaila@gmail.com
6. Nama Ayah : Martono
7. Pekerjaan Ayah : Buruh Harian Lepas
8. Nama Ibu : Sumarni
9. Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN Rowolaku (2008-2014)
2. SMP : SMP Negeri 02 Kajen (2014-2017)
3. SMA : SMA Negeri 01 Bojong (2017-2020)
4. Perguruan Tinggi : UIN KH Aburrahman Wahid

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. KSEI FEBI UIN KH Abdurrahman Wahid
Pekalongan (2022- 2023)

Pekalongan, 17 Februari 2024



Penulis