
Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Academia Open

Vol. 10 No. 2 (2025): December
DOI: 10.21070/acopen.10.2025.8039

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Hedonic Lifestyle and Self Control in NCT Merchandise Purchasing: Gaya Hidup Hedonis dan Pengendalian Diri dalam Pembelian Merchandise NCT

Nuraini Putri Prihastutik, nurainiputriprihastutik97@gmail.com (*)

Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Zaki Nur Fahmawati, zakinurfahmawati@umsida.ac.id

Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background: The global growth of Korean popular culture has intensified fandom engagement and consumption-oriented activities. **Specific Background:** Indonesian NCT fans actively purchase idol-related merchandise, which is often linked to pleasure-oriented lifestyle tendencies and behavioral regulation. **Knowledge Gap:** Empirical research examining the relationship between pleasure-oriented lifestyle patterns, behavioral regulation, and merchandise buying tendencies among Indonesian NCT fans remains limited. **Aims:** This study analyzed the relationship between pleasure-oriented lifestyle patterns and behavioral regulation with merchandise buying tendencies among Indonesian NCT fans. **Results:** Using a quantitative design with accidental sampling, 384 respondents were recruited from a Twitter fanbase. Reliability testing indicated strong internal consistency across instruments. Nonparametric correlation analysis revealed significant relationships between buying tendencies and pleasure-oriented lifestyle patterns ($r = 0.661$; $p < .001$) and behavioral regulation ($r = 0.586$; $p < .001$), with behavioral regulation demonstrating a stronger statistical association. **Novelty:** The study provides empirical evidence linking fandom consumption patterns with lifestyle orientation and behavioral regulation using validated psychometric measures within Indonesian NCT fan communities. **Implications:** The findings highlight the importance of strengthening behavioral regulation and awareness of pleasure-driven lifestyle tendencies to reduce excessive merchandise purchasing and support future consumer behavior studies in fandom contexts.

Highlights:

- ♦ Strong Association Identified Between Pleasure-Seeking Daily Patterns and Excessive Buying Tendencies.
- ♦ Behavioral Regulation Shows Higher Statistical Contribution Compared With Lifestyle Orientation.
- ♦ Online Fan Communities Demonstrate Measurable Consumption Patterns Linked to Idol-Related Products.

Keywords: Hedonic Lifestyle, Self Control, Consumptive Behavior, K Pop Fandom, Nct Fans

Published date: 2025-12-12

Pendahuluan

Berkembangnya dunia hiburan di era globalisasi dapat mempengaruhi keadaan masyarakat khususnya Indonesia. Salah satu perkembangan yang mempengaruhi keadaan tersebut adalah adanya perkembangan terhadap budaya. Budaya Korea atau yang biasa disebut dengan Korean Wave menjadi salah satu fakta dari banyaknya budaya yang mempengaruhi dunia hiburan di Indonesia. Korean Wave yang tersebar secara meluas di dunia hiburan Indonesia adalah adanya Korean Pop atau lebih akrab dikenal dengan K-Pop. Salah satu hal yang berkaitan dengan K-Pop yakni adanya boyband atau girlband yang dimana keduanya merupakan sekelompok laki-laki atau perempuan yang tergabung atau berada di bawah naungan suatu manajemen musik yang terdiri dari dua atau lebih anggota. Beberapa boyband dan girlband yang cukup terkenal di Indonesia adalah NCT (Neo Culture Technology), BTS (Bangtan Boys), STRAY KIDZ, ITZY, IVE, dan yang lainnya. [1]. NCT atau Neo Culture Technology merupakan salah satu boyband yang berasal dari manajemen musik Korea Selatan, SM Entertainment. NCT memiliki empat sub unit yakni NCT 127, NCT DREAM, NCT U dan WAYV dengan total keseluruhan anggota 20 orang. NCT debut atau mulai berkegiatan dan dikenalkan ke publik pada tahun 2016. Tidak hanya berasal dari Korea Selatan, anggota NCT berasal dari beberapa negara seperti Canada, Amerika, Jepang, China dan Thailand.

Boyband atau girlband yang berasal dari Korea Selatan ini tentunya mempunyai penggemar yang tersebar di seluruh penjuru dunia, Indonesia salah satunya. Penggemar yang tergabung ke dalam suatu komunitas yang sama disebut sebagai fandom. Fandom merupakan salah satu faktor penting dalam hubungan antar penggemar karena dengan adanya fandom, penggemar terkadang bisa berinteraksi dengan idolnya [2]. Tempat yang biasa digunakan fandom untuk berinteraksi adalah media sosial, media sosial yang kebanyakan digunakan untuk berkomunikasi adalah aplikasi twitter karena bisa diakses melalui laptop atau ponsel dan bisa diakses kapan saja dan dimana saja. [3]. Dampak positif yang ditimbulkan dari bergabungnya seseorang ke dalam suatu fandom adalah adanya teman baru yang ditemui dan juga adanya pengetahuan baru terhadap bahasa atau budaya asing yang bisa memotivasi seseorang untuk mempelajarinya. Sedangkan dampak negatif yang ditimbulkan dari bergabungnya seseorang ke dalam suatu fandom adalah seseorang akan memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif karena adanya pengaruh yang ditimbulkan dari fandom. Salah satu dampak negatif dari berperilaku konsumtif yang ditimbulkan dari suatu fandom adalah pembelian marchendice (light stick, photocard, album, t-shirt dan aksesoris lainnya) [4]. Bagi penggemar pembelian marchendice bisa menjadi kebutuhan yang wajib dilakukan karena hal tersebut dapat menentukan identitasnya sebagai penggemar [5]

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Handayani pada tahun 2020, menunjukkan bahwa ada korelasi kuat antara gaya hidup hedonis dan pengendalian diri dari konsumsi K-Pop selama masa muda. Artinya, ada jumlah efek yang sama antara masing-masing dari ketiga faktor tersebut. Sedangkan penelitian yang dilakukan Alamanda (2018), menyebutkan jika perilaku konsumtif atau consumptive behavior is a phenomenon that affects people's lives today. Current habits and lifestyles are rapidly changing in a relatively short time towards becoming more luxurious and excessive, for example in terms of appearance which can lead to consumptive behavior. This consumptive behavior tends to incur higher costs because it is no longer just for fulfilling needs but rather leads to fulfilling wants.[6]. Perilaku konsumtif dapat terjadi pada siapa saja dan dari usia berapa saja. Hanya saja, seseorang yang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif biasanya lebih sering dijumpai pada wanita daripada laki-laki karena wanita membeli bukan karena kebutuhan tetapi menjadikan kegiatan berbelanja sebagai salah satu metode perayaan. [7]

Zaman semakin berkembang dan maju sehingga membuat seseorang ingin mencapai tingkat kepuasannya agar dirinya merasa bahagia, banyak orang juga beranggapan jika bahagia yang sesungguhnya ialah menikmati hidupnya dengan cara bersenang-senang dan hal tersebut bisa dilakukan oleh siapa saja. [8]. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia memberikan batasan terhadap perilaku konsumtif yaitu sebagai kecenderungan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengonsumsi sesuatu tanpa memiliki batasan dan yang selalu mengedepankan faktor keinginan daripada faktor kebutuhannya [9]. Dengan demikian, perilaku konsumtif dapat disimpulkan sebagai suatu perilaku membeli atau menggunakan suatu barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional dan akan memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa memiliki batas tertentu [10]. Estetika [11] mengatakan jika terdapat dua faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif. Kedua faktor tersebut adalah faktor internal dan juga faktor eksternal dimana dalam faktor internal terdapat dua aspek yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yaitu adanya konsep diri dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif ialah adanya kelompok referensi atau aktivitas yang ditimbulkan dari adanya peran teman dan lingkungan sekitar. Pada umumnya seseorang yang telah menginjak usia dewasa telah diberi kepercayaan serta tanggung jawab dalam mengelola keuangannya sendiri. Oleh sebab itu, mereka akan merasa bebas dalam menggunakan uang miliknya tanpa ada pengawasan langsung dan hal tersebut yang dapat menyebabkan seseorang menjadi kurang rasional dalam menggunakan uangnya. Seseorang yang tidak dapat bertanggung jawab dengan keuangannya sendiri akan lebih sering menggunakan emosi dan akan mengarah pada pembelian konsumtif. [7]

Dari faktor-faktor di atas, yang menjadi penyebab munculnya perilaku konsumtif dalam penggemar NCT (Neo Culture Technology) adalah gaya hidup hedonis dan kontrol diri. Gaya hidup hedonis merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang memiliki daya tarik tinggi khususnya remaja. Nadzir dan Ingarianti (2015) mengartikan jika gaya hidup hedonis ialah suatu pola hidup seseorang yang melakukan sebuah aktivitas dimana dirinya hanya melakukan aktivitas untuk mencari kesenangan hidup bersama temannya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nazarudin dan Widiastuti pada tahun 2022. Menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kupang. Sementara itu, kata hedonis merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani yakni hedone yang memiliki arti kesenangan. Sedangkan hedonism merupakan suatu pandangan hidup yang menganggap jika tujuan utama dalam hidup ialah kesenangan dan kenikmatan. Secara tidak langsung, gaya hidup hedonis mengarahkan kepada aktivitas-aktivitas terkait pola hidup untuk mencari kesenangan sehingga bentuk yang diciptakan dari adanya aktivitas ini adalah lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah hanya untuk bersenang-senang dengan temannya, serta perasaan senang

ketika membeli barang yang bahkan tidak memiliki nilai kegunaan sama sekali serta ingin selalu menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya menurut Nadzir (Handayani, 2020)

Well and Tigert juga mengatakan "life style is a life pattern, the use of money and time that a person has." Hal serupa juga dikatakan oleh Susanto "hedonistic lifestyle is a lifestyle which directs its activities to seek the pleasures of life and activity in the form of spending time outside the home, more playing, happy in the city crowd, happy to buy goods that are less necessary and always want to be the center of attention." [12]. Berbagai teori mengenai gaya hidup hedonis dapat disimpulkan jika gaya hidup hedonis merupakan suatu perilaku seseorang yang lebih mengutamakan kesenangan dan juga kenikmatan sebagai tujuan dalam hidup yakni dengan cara menghabiskan waktu serta uang melalui aktivitas, minat, dan juga opini.[13]. Aspek gaya hidup hedonis dapat dicerminkan melalui AIO (Activities, Interest and Opinion). Engel, Blackweel dan Miniard mengatakan terdapat tiga aspek gaya hidup hedonis, yaitu : a) Minat, dimana minat ialah sesuatu hal yang menarik dari lingkungan yang dapat menyebabkan seseorang merasa senang dan bangga saat diperhatikan. b) Aktivitas, dimana aktivitas merupakan cara yang dilakukan oleh seseorang dalam menggunakan atau memanfaatkan waktunya dengan wujud yang berupa tindakan nyata yang dapat dilihat. c) Opini, merupakan pendapat seseorang mengenai dirinya sendiri dan sesuatu yang berkaitan dengan kesenangan dalam hidupnya.

Seseorang yang memiliki gaya hidup hedonisme akan memiliki kecenderungan yang berorientasi pada nilai-nilai kenikmatan, kebendaan, serta hiburan-hiburan yang akan menyebabkan seseorang lebih menekankan pengonsumsi barang untuk mendapatkan kenikmatan atau kepuasan. [14]. Bagi penggemar K-Pop, khususnya NCT (Neo Culture Technology) gaya hidup hedonis dapat muncul karena adanya perilaku konsumtif yang ditimbulkan dari pembelian merchendice. Penggemar akan terus menerus membeli merchendice sebagai bentuk dukungan terhadap idolanya. Padahal dari pembelian tersebut belum tentu barang yang dibeli memiliki nilai guna yang semestinya dan bisa menimbulkan seseorang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif. Tidak adanya kontrol diri yang kuat dalam diri juga bisa menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif. Merasa dirinya tidak ada yang menahan membuat dirinya secara terus menerus atau secara berkala membeli merchendice milik idolanya. Gaya hidup hedonis dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Selain kedua faktor tersebut, menurut penelitian yang dilakukan oleh Baiduri [15] menyebutkan bahwa jenis kelamin juga dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis sebetulnya boleh dilakukan jika semata memiliki arti sebagai self reward atau memberikan kesenangan terhadap diri sendiri untuk menjalankan kehidupan. [16]

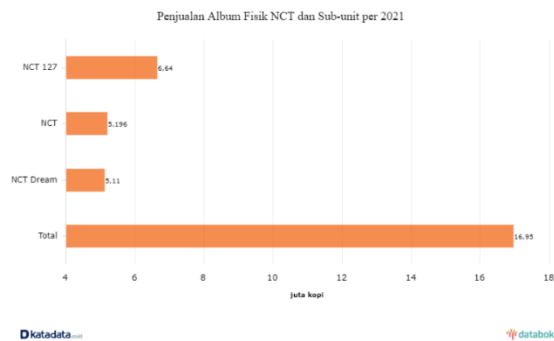
Pada penelitian yang dilakukan oleh Tripambudi dan Indrawati pada tahun 2018 menjelaskan jika semakin tinggi kontrol diri maka perilaku konsumtif dalam pembelian suatu barang semakin rendah. Begitupun sebaliknya, jika kontrol diri seseorang semakin rendah maka perilaku konsumtif dalam pembelian suatu barang semakin tinggi. Menurut Harahap (2017) kontrol diri ialah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk mengendalikan perilakunya dengan melihat situasi dan mengelola perilaku yang sesuai. Hasil penelitian Gluek dan Gluek [17] seseorang yang sering melakukan tindakan yang dapat melanggar aturan kecenderungan akan memiliki sifat impulsif dan destruktif karena cenderung agresif dalam melakukan suatu dorongan dalam dirinya tanpa memperhitungkan kematangannya. Kontrol diri memiliki peranan yang penting dalam proses pembelian terhadap suatu barang karena kontrol diri mampu mengarahkan serta mengatur seseorang untuk melakukan suatu hal yang positif, salah satunya adalah membelanjakan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan atau kegunaannya. Hurlock [18] berpendapat bahwa seseorang yang memiliki kontrol diri tinggi ialah seseorang yang memiliki kesiapan untuk berperilaku yang sesuai dengan norma, adat istiadat serta nilai-nilai yang bersumber dari ajaran agama tempat dimana seseorang tinggal dan menetap.

Menurut Borba (Sari, 2019) kontrol diri merupakan kemampuan tubuh serta pikiran seseorang untuk melakukan apa yang semestinya harus dilakukan oleh seseorang. Mampu mengambil keputusan secara tepat saat menghadapi suatu godaan meskipun saat itu muncul pemikiran baik dan juga pemikiran buruk diwaktu yang sama. Kontrol diri mampu membuat seseorang memikirkan kembali terkait apa yang terjadi ketika seseorang mengambil pilihan yang berbahaya dan menjauhkan diri dari persoalan dan bertindak secara cepat. [19]. Munandar [20] mengatakan bahwa kontrol diri adalah pengendalian tingkah laku yang memberikan dampak bagi seseorang terhadap pembelian suatu barang. Dua alasan menurut Calhoun dan Acocella (Ghufron & Rini, 2010) yang menyebabkan seseorang harus mengontrol dirinya secara berkala yaitu yang pertama seseorang hidup dengan orang lain dimana dirinya diharuskan untuk mengontrol keinginannya agar tidak mengganggu orang lain, kedua seseorang secara rutin selalu menyusun standar kebutuhan dalam dirinya sehingga hal tersebut harus diperhatikan dengan cara mengontrol perilaku agar sesuai dengan harapan sosial di sekitarnya [21].

Tiga aspek yang mempengaruhi kontrol diri menurut Averill [13] yakni kontrol perilaku, kontrol kognitif dan kontrol kepuasan. Sedangkan dua faktor lain yang mempengaruhi kontrol diri secara garis besar adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi kontrol diri seseorang ialah usia, dimana seiring bertambahnya usia seseorang maka kemampuan untuk mengontrol diri akan semakin baik. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi kontrol diri adalah lingkungan keluarga, orang tua yang menerapkan disiplin kepada anak akan menimbulkan sikap disiplin sejak dini. Sehingga orang tua akan tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang diterima apabila sang anak melakukan sesuatu yang menyimpang dari apa yang diajarkan. [1].

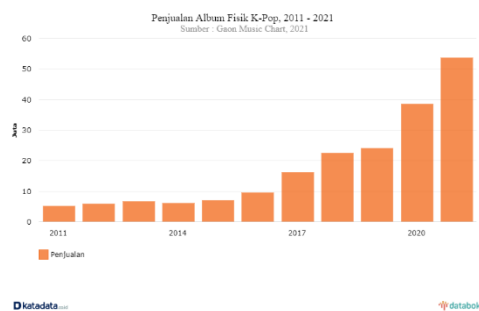
Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian pada fanbase NCT (Neo Culture Technology) di Indonesia karena melihat banyaknya penggemar K-Pop di Indonesia dan juga naiknya penjualan merchandise khususnya album di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar data di bawah ini :

Gambar 1. Penjualan Album Fisik NCT dan Sub-unit per 2021



Dapat dilihat pada data di atas, jika pada tahun 2021 sebanyak 16,95 juta copy album fisik NCT terjual. Hal tersebut terjadi karena adanya peningkatan jumlah penggemar NCT yang berada di Indonesia. Sedangkan dalam beberapa tahun terakhir, pembelian album fisik terhadap K-Pop mengalami kenaikan. Hal tersebut bisa dilihat pada data di bawah ini :

Gambar 2. Penjualan Album Fisik K-Pop 2011-2021



Dari kedua data di atas, dapat diketahui jika penjualan album fisik K-Pop mengalami kenaikan setiap tahunnya terlebih pada penjualan album dari boygrup NCT (Neo Culture Technology) yang terjual sebanyak 16 juta copy pada tahun 2021 kemarin. Dengan adanya kenaikan drastis terhadap minat pada K-Pop, peneliti ingin meneliti fenomena yang sedang terjadi ini.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dimana populasi yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh pengikut salah satu fanbase yang terdapat di twitter (@NCT_Indonesia) dengan jumlah keseluruhan 277.499 pengikut. Dalam menentukan subjek, peneliti menggunakan tabel Isaac and Michael dengan taraf kesalahan 5% yakni terdapat 384 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara online atau kuesioner menggunakan skala Likert yang diadaptasi dari Handayani pada tahun 2020 dan disebarakan pada platform twitter menggunakan teknik pengumpulan data Accidental Sampling.

Reliabilitas pada skala yang digunakan oleh penulis adalah 0.901 untuk skala perilaku konsumtif dengan total pernyataan sebanyak 16 butir. Sedangkan untuk skala gaya hidup hedonis memiliki nilai reliabilitas sebesar 0.894 dengan total pernyataan 15 butir. Dan untuk skala kontrol diri memiliki nilai reliabilitas 0.784 dengan total pernyataan 11 butir. Dengan demikian reliabilitas untuk masing-masing alat tes masuk ke dalam kategori tinggi karena nilainya mendekati angka 1 dan untuk perhitungan reliabilitas menggunakan SPSS (Statistical Program for Social Science), sedangkan perhitungan untuk uji asumsi menggunakan JASP (Jeffrey's Amazing Statistics Program).

Hasil dan Pembahasan

A. Uji Asumsi

Hasil uji asumsi terhadap ketiga variabel dilakukan menggunakan uji normalitas dan uji korelasi berganda yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Uji Normalitas Shapiro-Wilk

		Shapiro-Wilk	p
Perilaku Konsumtif	- Gaya Hidup Hedonis	0.779	< .001
Perilaku Konsumtif	- Kontrol Diri	0.829	< .001
Gaya Hidup Hedonis	- Kontrol Diri	0.721	< .001

Nilai sig = <.001 menandakan bahwa nilai signifikansi termasuk <0.05 maka data terdistribusi secara tidak normal. Karena data tersebut diketahui tidak normal, maka analisis selanjutnya akan menggunakan analisis korelasi non parametrik dan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 2 . Uji Korelasi Spearman and Kendal

		Spearman			Kendall		
		rho		p	tau B		p
Perilaku Konsumtif	- Gaya Hidup Hedonis	0.661	***	< .001	0.643	***	< .001
Perilaku Konsumtif	- Kontrol Diri	0.586	***	< .001	0.566	***	< .001
Gaya Hidup Hedonis	- Kontrol Diri	0.568	***	< .001	0.555	***	< .001

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Sebagaimana dengan hasil yang terlihat pada tabel di atas, khususnya pada tabel Spearman. Terdapat korelasi signifikan (p = <.001 <0.05) antara Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri. Dan berdasarkan tabel di atas, besaran efek untuk perilaku konsumtif dengan gaya hidup hedonis adalah besar (r = 0.661) dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.5 (>0.5) dan untuk besaran efek pada perilaku konsumtif dengan kontrol diri adalah sedang (r = 0.586) karena nilai tersebut termasuk ke dalam rentang 0.3 - 0.5.

Berdasarkan hasil analisa data, pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai yang lebih besar daripada pengaruh gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Hal tersebut bisa terjadi karena individu tidak memiliki usaha atau niatan untuk mengendalikan dirinya terhadap pembelian-pembelian impulsif yang menimbulkan terjadinya perilaku konsumtif. Heni [22] menyatakan jika setiap individu memiliki usaha untuk mengatur perilakunya sendiri. Dengan begitu individu diharapkan mampu menyikapi bahwa budaya konsumtif yang terjadi pada dirinya semakin lama akan semakin mengkhawatirkan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kontrol diri menurut Gufron & Rini [23] yaitu adanya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi kontrol diri adalah usia. Dengan bertambahnya usia diharapkan individu dapat mengelola dengan baik keinginan-keinginan yang muncul dalam dirinya. Faktor yang kedua adalah faktor eksternal, yakni lingkungan. Lingkungan yang terdekat dan yang sering berinteraksi dengan individu adalah lingkungan keluarga, dengan demikian peran orang tua atau peran keluarga-lah yang dapat mempengaruhi kontrol diri individu.

Selain kontrol diri, gaya hidup hedonis juga memiliki pengaruh terhadap munculnya perilaku konsumtif bagi individu. Gaya hidup hedonis dapat menimbulkan suatu kecenderungan seseorang melalui suatu interaksi dirinya dengan orang lain yang bertujuan untuk memperoleh suatu kesenangan dan kebebasan [24]. Hawkins [25] mengatakan jika gaya hidup bisa dijadikan sebagai motivasi dasar dalam memilih sesuatu. Dengan adanya gaya hidup yang demikian dan kontrol diri yang seperti itu, individu akan menciptakan perilaku konsumtif dalam dirinya. Menurut Sumartono [5] perilaku konsumtif merupakan bentuk tindakan yang memakai produk namun tidak tuntas, artinya produk yang digunakan belum habis sudah menggunakan produk baru dengan jenis yang sama. Hal tersebut juga bisa terjadi dalam lingkup pecinta K-Pop khususnya penggemar NCT. Ada sebagian fans yang selalu membeli produk-produk baru karena merasa belum cukup puas dengan produk yang dibeli sebelumnya.

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan langsung oleh penulis, terdapat beberapa keterbatasan yang dialai oleh penulis dan diharapkan penulis-penulis selanjutnya dapat memperhatikan dan lebih menyempurnakan penelitiannya yang akan datang nantinya. Keterbatasan-keterbatasan yang terjadi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jumlah populasi yang terlalu besar yakni 277.499 orang, sehingga dapat mempengaruhi peneliti dalam mencari responden.
2. Banyaknya aitem yang terdapat pada masing-masing kuesioner sehingga menyebabkan responden kurang tepat dalam memberikan jawaban.
3. Adanya beberapa faktor yang dimiliki oleh responden yang dapat mempengaruhi hasil penelitian seperti faktor literasi dan faktor kejujuran.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara bersamaan gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara signifikan dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif terhadap penggemar NCT (Neo Culture Technology). Dengan demikian ketiga variabel memiliki nilai signifikansi yang normal dan saling terikat dari satu variabel dengan variabel yang lainnya. Meskipun pengaruh kontrol diri memiliki nilai presentase yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif, pengaruh dari adanya gaya hidup hedonis juga menjadi salah satu munculnya perilaku konsumtif bagi seorang penggemar. Penggemar NCT (Neo Culture Technology) diharapkan mampu menahan dirinya terhadap pembelian barang yang tidak memiliki nilai kegunaan dan mampu mengendalikan dirinya dari pembelian merchandise yang tidak dibutuhkan karena hal tersebut juga perlu dilakukan supaya tidak terjadi perbuatan yang dapat membuat dirinya dianggap tidak mengikuti atau menghormati norma yang ada di sekitarnya. Dan untuk peneliti selanjutnya, penulis berharap peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam terkait faktor-faktor atau indikator yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif.

Ucapan Terima Kasih

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT karena telah memberikan penulis kesehatan dan kelancaran karena berhasil menyelesaikan artikel penelitian ini. Kedua, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua juga kedua adik kandung karena telah memberikan dukungan baik secara moril dan materil. Ketiga, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada saudara-saudara yang juga memberikan dukungan serta semangat untuk penulis. Keempat, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada sahabat yang bersedia membantu penulis untuk mencari dan mengumpulkan responden. Kelima, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada member-member NCT (Neo Culture Technology) karena sudah memberikan inspirasi sehingga artikel ini berhasil diselesaikan. Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada seluruh responden karena telah membantu penulis mengumpulkan data untuk penelitian ini.

References

1. R. Camang, "Kontrol diri penggemar k-pop di kalangan mahasiswa fakultas ushuluddin, adab dan dakwah iain parepare," 2019.
2. S. Zahra, "Penggemar budaya k-pop (studi mengenai ideologi penggemar budaya k-pop pada fandom ikonik di kota surabaya)," no. 2.
3. R. Fauziah and K. Diah, "Fandom k-pop idol dan media sosial (studi deskriptif kualitatif tentang penggunaan media sosial twitter pada hottest indonesia sebagai followers fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan idol account @Khunnio624)," pp. 1–18.
4. I. P. Hastuti, E. Effendi, and A. Anita, "K-Pop Merchandise Store (Perencanaan Pendirian Usaha Menjual Barang-barang Ikon Idol Korea)," pp. 241–251, 2021, doi: 10.32528/psneb.voio.5176.
5. H. S. Pratama, "Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola Liverpool Di Bekasi," *J. Psikol.*, vol. 10, no. 2, pp. 138–147, 2017.
6. D. R. Zahra and P. Anoraga, "The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 2, pp. 1033–1041, 2021, doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033.
7. B. P. Dewandari and E. T. Putri, "Pengaruh citra tubuh dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal di kota samarinda," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 9, no. 2, p. 402, 2021, doi: 10.30872/psikoborneo.v9i2.5981.
8. U. Gabriel, D. Laowo, L. Sri, G. P. Laia, I. N. Sihotang, and I. D. Nainggolan, "Titian : Jurnal Ilmu Humaniora Gambaran Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKES Santa Elisabeth Medan Titian : Jurnal Ilmu Humaniora," vol. 07, no. 01, 2023.
9. R. T. Anggraini and F. H. Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja," *Gadjah Mada J. Psychol.*, vol. 3, no. 3, p. 131, 2019, doi: 10.22146/gamajop.44104.
10. N. Kristiani, "Analisis pengaruh iklan di media sosial dan jenis media sosial terhadap pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa di yogyakarta," *Bisnis dan Ekon.*, vol. 24, no. 2, pp. 196–201, 2017.
11. F. Purnomosidi, "Perilaku Konsumtif Anak Kos Pada Mahasiswa Universitas Sahid Surakarta," *J. Talent.*, vol. Volume XI, pp. 36–48, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JTL/article/view/1082>
12. A. Sholeh, "The relationship among hedonistic lifestyle, life satisfaction, and happiness on college students," *Int. J. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 7, no. 9, pp. 604–607, 2017, doi: 10.18178/ijssh.2017.7.9.892.
13. K. T. Handayani, "Hubungan gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap k-pop pada mahasiswa uni suska riau," *Skripsi*, 2020.
14. H. Nazarudin and T. Widiastuti, "Gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif remaja putri kota kupang," *J. Ilm. Aset*, vol. 24, no. 1, pp. 29–35, 2022.
15. D. Sari, R. Rifayanti, and E. T. Putri, "Kontrol Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Wanita Dewasa Awal di Samarinda," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 10, no. 1, p. 92, 2022, doi: 10.30872/psikoborneo.v10i1.7155.
16. M. Nurazijah, S. L. N. Fitriani, and T. Rustini, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa," *J. Educ.*, vol. 5, no. 2, pp. 2345–2352, 2023, doi: 10.31004/joe.v5i2.890.
17. J. Y. Harahap, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Ketergantungan Internet Di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan," *J. EDUKASI J. Bimbing. Konseling*, vol. 3, no. 2, p. 131, 2017, doi: 10.22373/je.v3i2.3091.
18. M. Fitriana, "Hubungan Kontrol Diri Dengan Pemujaan Terhadap Idola Pada Remaja Penggemar K-Pop," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 7, no. 3, pp. 450–456, 2019, doi: 10.30872/psikoborneo.v7i3.4804.
19. F. Sari and N. S. Handayani, "Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop," *J. Psikol.*, vol. 12, no. 2, pp. 179–188, 2019, doi: 10.35760/psi.2019.v12i2.2442.

20. R. Salsabila and S. R. Nio, "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum Ubh Pengguna Shopee," *J. Ris. Psikol.*, vol. 1, no. 4, pp. 1–12, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/7969>
21. R. Anggreini and S. Mariyanti, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul," *J. Psikol. Esa Unggul*, vol. 12, no. 1, pp. 34–42, 2014, [Online]. Available: <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1461>
22. R. A. Nurjanah, E. Yuliasesti, and D. Sari, "EMPATHY : Jurnal Fakultas Psikologi Peran Kontrol Diri dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi pada Pengguna Aplikasi Shopee," vol. 5, no. 1, pp. 1–15, 2022.
23. R. A. Sari, "Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 7, no. 1, pp. 37–46, 2019, doi: 10.30872/psikoborneo.v7i1.4704.
24. D. Arinda, "Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 9, no. 3, p. 528, 2021, doi: 10.30872/psikoborneo.v9i3.6497.
25. M. Khairat, N. A. Yusri, and S. Yuliana, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi," *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.1016/j.alqalb.2018.02.001>, Al-Qalb J. Psikol. Islam, vol. 10, no. 2, pp. 130–139, 2018.