

# HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN *MERCHANDISE K-POP* DI MASA COVID-19 PADA KOMUNITAS EXO-L DI YOGYAKARTA

Salma Bidara Oktabriani  
Dian Yudhawati

Program Studi Psikologi  
Fakultas Bisnis & Humaniora  
Universitas Teknologi Yogyakarta  
[salma.dangerous@gmail.com](mailto:salma.dangerous@gmail.com)

## ABSTRAK

*Pandemi covid-19 tidak memberikan mempengaruhi fans K-pop, bahkan mereka menjadi lebih tertarik untuk menerima informasi dan hal yang terkait dengan Korea dan membentuk komunitas. Namun, terdapat fans K-pop yang memaksakan diri sampai berhutang, melakukan pinjaman online, dan menggunakan kartu kredit untuk membeli merchandise tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian merchandise K-POP di masa covid-19 pada komunitas EXO-L di Yogyakarta. Subjek dari penelitian berjumlah 83 orang, diambil dengan menggunakan teknik random sampling kepada anggota komunitas EXO-L Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana aitem dari alat ukur perilaku konsumtif dibuat berdasarkan teori Fromm (1995) berjumlah 30 aitem, sedangkan alat ukur kontrol diri yang dibuat berdasarkan teori Averill (1973) berjumlah 21 aitem. Kedua alat ukur sudah diuji validitasnya dan dibuat dengan menggunakan skala Likert dengan skala 1-4. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman dengan SPSS 25.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian merchandise K-pop di masa pandemi covid-19 pada anggota komunitas EXO-L di Yogyakarta ke arah negatif dengan koefisien korelasi sebesar  $-0,585^{**}$ . Artinya, semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki oleh anggota komunitas EXO-L Yogyakarta, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang ditunjukkan, begitupun sebaliknya. Karena itu, anggota komunitas EXO-L di Yogyakarta dapat mempertahankan dan meningkatkan kontrol diri agar dapat mengambil keputusan untuk membeli merchandise K-pop dengan bijaksana.*

**Kata kunci:** K-pop, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

# THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR K-POP MERCHANDISE PURCHASES DURING COVID-19 PANDEMIC IN THE EXO-L COMMUNITY IN YOGYAKARTA

Salma Bidara Oktabriani  
Dian Yudhawati

Department of Psychology  
Faculty of Business & Humanities  
University of Technology Yogyakarta  
[salma.dangerous@gmail.com](mailto:salma.dangerous@gmail.com)

## ABSTRACT

*The covid-19 pandemic has not affected K-pop fans, in fact they have become more interested in receiving information and things related to Korea and forming a community. However, there are K-pop fans who push themselves into debt, make online loans, and use credit cards to buy merchandise. The purpose of this study was to determine the relationship between self-control and consumptive behavior in purchasing K-POP merchandise during the Covid-19 period in the EXO-L community in Yogyakarta. The subjects of the study were 83 people, taken using a random sampling technique to members of the Yogyakarta EXO-L community. This study used a quantitative method, in which the items of the consumptive behavior measuring instrument were made based on Fromm's theory (1995) totaling 30 items, while the self-control measuring instrument which was made based on Averill's theory (1973) consisted of 21 items. Both measuring instruments have been tested for validity and are made using a Likert scale with a scale of 1-4. Testing the hypothesis in this study used the Spearman Rank correlation analysis technique with SPSS 25.0. The results of this study indicate that there is a strong relationship between self-control and consumptive behavior towards purchasing K-pop merchandise during the Covid-19 pandemic among members of the EXO-L community in Yogyakarta in a negative direction with a correlation coefficient of  $-0.585^{**}$ . That is, the higher the self-control possessed by members of the Yogyakarta EXO-L community, the lower the consumptive behavior shown, and vice versa. Because of that, members of the EXO-L community in Yogyakarta can maintain and increase self-control so they can make decisions to buy K-pop merchandise wisely.*

**Keywords:** *Consumptive Behavior, K-pop, Self-Control*