

PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA PENGGEMAR EXO USIA DEWASA AWAL DI KOTA YOGYAKARTA

Fia Istikomah
Dian Yudhawati

Program Studi Psikologi
Fakultas Bisnis & Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta
Email: faistikomah@gmail.com

ABSTRAK

Berkat kemajuan teknologi sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan pembelian baik dari produk dalam maupun luar negeri, dan karena kemudahan tersebut dapat memunculkan perilaku impulsive buying yaitu perilaku pembelian yang dilakukan oleh individu secara berulang-ulang tanpa memiliki pertimbangan dan akibatnya terlebih dahulu, dimana perilaku tersebut sering terjadi pada penggemar k-pop, salah satunya yaitu penggemar Exo atau biasa disebut Exo-L. Pada penelitian menggunakan teori dari Coley & Burgess (2003) yang memuat aspek kognitif dan aspek afektif. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui perilaku impulsive buying pada penggemar Exo usia dewasa awal di Kota Yogyakarta. Penelitian ini mengambil tiga (3) orang responden yang ketiganya adalah perempuan penggemar Exo. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik wawancara menggunakan metode semi terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara. Teknik observasi dilakukan dengan menggunakan teknik observasi terstruktur dimana peneliti sudah tahu dengan pasti tentang variabel yang akan diamati seperti apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya. Selain menggunakan teknik wawancara dan observasi peneliti juga menggunakan dokumentasi untuk menambahkan pencarian informasi. Hasil dari penelitian ini Menunjukkan bahwa ketiga subjek penggemar Exo diusia dewasa awal di kota Yogyakarta menunjukkan bahwa ketiganya memiliki perilaku impulsive buying terhadap Exo, hal ini ditunjukkan dengan ketiga penggemar Exo memiliki tingkatan yang berbeda-beda dalam melakukan impulsive buying, dimana ketiga tingkatan tersebut dikotakkan menjadi rendah, sedang, dan tinggi.

Kata kunci: Afektif, Dewasa Awal, Exo, Exo-L, Impulsive Buying, Kognitif, Kpop.

IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN EARLY ADULT EXO FANS IN YOGYAKARTA

Fia Istikomah
Dian Yudhawati

Psychology Study Program
Faculty of Business & Humanities
Universitas of Technology Yogyakarta
Email: fiastikomah@gmail.com

ABSTRACT

Thanks to advances in technology, it makes it easier for people to make purchases from both domestic and foreign products, and because of this convenience, it can give rise to impulsive buying behavior, namely buying behavior carried out by individuals repeatedly without prior consideration and consequences, where this behavior often occurs. Among k-pop fans, one of them is Exo fans or commonly called Exo-L. This research uses the theory from Coley & Burgess (2003) which contains cognitive and affective aspect. This research is qualitative research with a descriptive case study method. The aim of this research is to determine the impulsive buying behavior of Exo fans in early adulthood in the city of Yogyakarta. This research took three (3) respondents, all three of whom were female EXO fans. Data collection methods use interview, observation and documentation techniques. The interview technique uses a semi-structured method using an interview guide. The observation technique is carried out using a structured observation technique where the researcher knows exactly what variables will be observed, such as what will be observed, when and where. Apart from using interview and observation techniques, researchers also use documentation to add to the search for information. The results of this research show that the three Exo fan subjects in early adulthood in the city of Yogyakarta show that all three have impulsive buying behavior towards Exo, this is shown by the three Exo fans having different levels of impulsive buying, where the three levels are grouped into low, medium, and high.

Keywords: *Affective, Cognitive, Early Adulthood, Exo, Exo-L, Impulsive Buying, Kpop.*