

# **PENGARUH FANATISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PENGGEAR K-POP DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**Yulia Rahmawati  
Dian Yudhawati**

Program Studi Psikologi, Fakultas Bisnis, Psikologi, Dan Komunikasi  
Universitas Teknologi Yogyakarta  
Email: liayulia4545@gmail.com

## **ABSTRAK**

*K-Pop telah menjadi sensasi besar di seluruh dunia tak terkecuali di Indonesia. Musik K-Pop menyebar luas keseluruh dunia melalui media sosial dan juga media lainnya. Adanya media sosial memungkinkan berbagai macam informasi mengenai budaya dapat secara bebas beredar ke seluruh dunia tanpa adanya batasan wilayah dan waktu. Fenomena tersebut membuat remaja mulai fanatik akan hal bertema K-Pop seperti membeli barang yang berhubungan dengan idolanya.*

*Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji adanya pengaruh antara fanatisme terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang, dan menggunakan teknik sampling nonprobability berupa purposive sampling. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis data regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS Statistic 23 for Windows. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan koefisien regresi sebesar 0,437 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $P < 0,5$ ).*

**Kata kunci:** *Fanatisme, Perilaku Konsumtif, K-Pop*

# ***Effects Of Fanaticism On The Consumptive Behavior Of Adolescent K-Pop Fans In The Yogyakarta Special Region***

**Yulia Rahmawati  
Dian Yudhawati**

Program in Psychology, Faculty of Business, Psychology & Communication  
University of Technology Yogyakarta  
Email: [liyulia4545@gmail.com](mailto:liyulia4545@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*K-Pop has become a big sensation all over the world, not least in Indonesia. K-Pop music spreads widely throughout the world through social media and other media. The existence of social media allows various kinds of information about culture to spread throughout the world without limitation of area and time. This phenomenon make an adolescent become fanatic about K-Pop-themed things, thus leads them to buy items related to their idols.*

*This study aims to determine the effect of Fanaticism on the consumptive behavior of adolescent K-Pop fans In The Yogyakarta Special Region. The research method used is a quantitative method. The samples are 100 respondents. The sampling technique used was nonprobability sampling technique in the form of purposive sampling. To test the hypothesis of this study, a simple linear regression analysis technique was used and analyzed using statistical data processing software, IBM SPSS Statistics Version 23 for Windows. The results showed that there was an effect of of fanaticism on the consumptive behavior of adolescent K-Pop fans In The Yogyakarta Special Region with a regrression coefficient amounted to 0,437 and the significance value was 0,00 ( $P < 0,005$ ).*

**Keywords:** *Fanaticism, Consumptive behavior, K-Pop.*