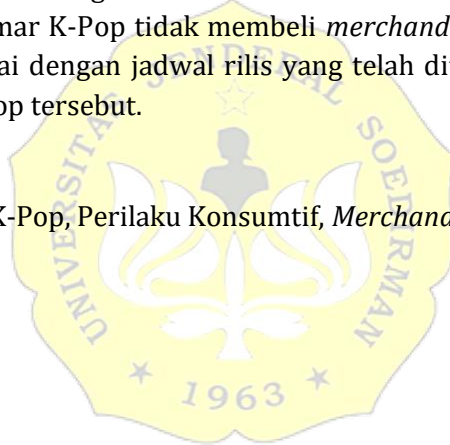


ABSTRAK

Korean Wave atau Demam Korea hadir di Indonesia ditunjukkan dengan meyebarinya berbagai produk budaya populer dari Korea seperti film, musik, serial drama Korea, dan mode. Selain antusiasme penggemar K-Pop di Indonesia, hal tersebut juga hadir di Kota Purwokerto. Penelitian dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumtif penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Untuk mengukur pendapat responden menggunakan skala likert. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 123 anggota, sedangkan jumlah sampel penelitian ini berjumlah 94 responden. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Purwokerto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise* di Purwokerto. Singkatnya, peneliti menemukan adanya perilaku konsumtif pada diri seorang penggemar K-Pop. Namun, mayoritas penggemar K-Pop yang berperilaku konsumtif tidak terpengaruh dari lingkungan sekitarnya. Keinginan untuk membeli *merchandise* datang dari masing-masing individu. Penggemar K-Pop tidak membeli *merchandise* dengan jumlah banyak, namun secara rutin sesuai dengan jadwal rilis yang telah ditentukan oleh perusahaan yang menaungi idola K-Pop tersebut.

Kata kunci: Penggemar K-Pop, Perilaku Konsumtif, *Merchandise*.



ABSTRACT

Korean Wave or Korean Fever present in Indonesia is shown by the spread of various popular culture products from Korea such as movies, music, Korean drama series, and fashion. In addition to the enthusiasm of K-Pop fans in Indonesia, it is also present in Purwokerto City. Research was conducted to determine the consumptive behavior of K-Pop fans in buying merchandise. This research uses a quantitative descriptive approach. Data collection method with questionnaires. To measure respondents' opinions using a likert scale. The total population in this study was 123 members, while the total sample of this study was 94 respondents. The location of the study was conducted in Purwokerto City. The results showed that the consumptive behavior of K-Pop fans in buying merchandise in Purwokerto. In short, researchers found consumptive behavior in a K-Pop fan. However, the majority of K-Pop fans who behave consumptively are not affected by the surrounding environment. The desire to buy merchandise comes from each individual. K-Pop fans do not buy merchandise in large quantities, but regularly according to the release schedule that has been determined by the company that houses the K-Pop idol.

Keywords: K-Pop Fans, Consumptive Behavior, Merchandise.

