

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang terkenal akan keanekaragaman budayanya yang tidak hanya melibatkan tradisi lokal, tetapi juga menerima pengaruh dari berbagai budaya asing. Salah satu budaya asing yang masuk ke Indonesia adalah budaya Korea Selatan dan menghasilkan suatu fenomena yang dinamakan *Hallyu*. Musik *K-pop* menjadi salah satu budaya Korea Selatan yang sangat diminati di Indonesia. Penggemar *K-pop* biasa membeli dan menggunakan berbagai produk yang berkaitan dengan idolanya seperti *merchandise* sehingga menjadikan mereka memiliki sikap yang cenderung berlebihan dan konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif penggemar *K-pop* dalam membeli *merchandise* idolanya. Responden dalam penelitian ini adalah penggemar *K-pop* pengikut akun X (Twitter) @coppamagz. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor *principal axis factoring* dengan tujuh variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif penggemar *K-pop* dalam membeli *merchandise*. Faktor pertama yaitu preferensi belanja, faktor kedua yaitu keterhubungan emosional, faktor ketiga yaitu nilai dan estetika produk, faktor keempat yaitu eksklusivitas, faktor kelima yaitu media sosial.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, *Hallyu*, Analisis Faktor, Budaya Korea Selatan, Musik *K-pop*.

ABSTRACT

Indonesia is a country known for its cultural diversity, which not only involves local traditions but also embraces influences from various foreign cultures. One of the foreign cultures that has entered Indonesia is South Korean culture, which has resulted in a phenomenon known as Hallyu. K-pop music is one of the South Korean cultures that is highly popular in Indonesia. K-pop fans often buy and use various products related to their idols, such as merchandise, which leads them to exhibit excessive and consumptive behavior. This research aims to identify the factors influencing the consumptive behavior of K-pop fans when purchasing their idol's merchandise. The respondents in this research are K-pop fans following the X (Twitter) account @coppamagz. The analysis method used in this research is principal axis factoring with seven variables. The results of the research indicate that there are five factors influencing the consumptive behavior of K-pop fans in buying merchandise. The first factor is shopping preferences, the second is emotional connection, the third is product value and aesthetics, the fourth is exclusivity, and the fifth is social media.

Keywords: *Consumptive Behavior, Hallyu, Factor Analysis, South Korea Culture, K-pop Music.*

