

Pengaruh *Financial Self Control* dan Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar NCT di Kabupaten Karawang

¹Hikmah Fauziyah, ²Dedi Mulyadi, ³Santi Pertiwi Hari Sandi

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

¹mn21.hikmahfauziyah@mhs.ubpkarawang.ac.id,

²dedi.mulyadi@ubpkarawang.ac.id, ³santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Financial Self Control and Fanaticism on the Consumptive Behavior of NCT fans in Karawang Regency. The descriptive verification method was used with samples selected randomly through simple random sampling, involving respondents who were NCT fans in Karawang Regency. Data collection was carried out using a questionnaire with research instruments that had been tested for validity and reliability. The results of the study based on descriptive analysis showed that Financial Self Control was in the very good category, reflected in the respondents' ability to manage finances and postpone non-urgent purchases. Fanaticism showed a very high category, seen from the enthusiasm and strong emotional attachment to NCT. Consumptive Behavior was in the high category, marked by the tendency to buy both official and unofficial merchandise for emotional satisfaction. Correlation analysis revealed no significant relationship between Financial Self Control and Fanaticism, indicating that the two variables run independently. Partially, Financial Self Control was proven to have a significant negative effect on Consumptive Behavior, indicating that the better a person's financial control, the lower their consumptive behavior. While Fanaticism has a significant positive effect, indicating that the higher a person's fanaticism, the higher the tendency to behave consumptively. Simultaneous analysis shows that Financial Self Control and Fanaticism together have a significant influence on Consumptive Behavior. In conclusion, a high level of fanaticism encourages consumptive behavior, while good financial management can reduce it. These two factors together play an important role in shaping the consumption patterns of NCT fans. Practical implications of the study include the importance of financial education for K-Pop fans to prevent excessive consumptive behavior, including financial management training and understanding of priority needs.

Keywords: *Financial self-control, fanaticism, consumptive behavior, NCT, K-pop fans*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Financial Self Control* dan *Fanatisme* terhadap Perilaku Konsumtif penggemar NCT di Kabupaten Karawang. Metode deskriptif verifikatif digunakan dengan sampel yang dipilih secara acak melalui *simple random sampling*, melibatkan responden yang merupakan penggemar NCT di Kabupaten Karawang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan instrumen penelitian yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa *Financial Self Control* berada dalam kategori sangat baik, tercermin dari kemampuan responden dalam mengelola keuangan dan menunda pembelian yang tidak mendesak. Fanatisme menunjukkan kategori sangat tinggi, terlihat dari antusiasme dan keterikatan emosional yang kuat terhadap NCT. Perilaku Konsumtif berada dalam kategori

tinggi, ditandai dengan kecenderungan membeli *merchandise* baik resmi maupun tidak resmi untuk kepuasan emosional. Analisis korelasi mengungkapkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara *Financial Self Control* dan Fanatisme, menunjukkan bahwa kedua variabel berjalan secara independen. Secara parsial, *Financial Self Control* terbukti memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, mengindikasikan bahwa semakin baik kontrol keuangan seseorang, semakin rendah perilaku konsumtifnya. Sedangkan *Fanatisme* memiliki pengaruh positif signifikan, menunjukkan bahwa semakin tinggi fanatisme seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan berperilaku konsumtif. Analisis simultan memperlihatkan bahwa *Financial Self Control* dan Fanatisme secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Kesimpulannya tingkat *fanatisme* yang tinggi mendorong perilaku konsumtif, sementara *financial self control* yang baik dapat menguranginya. Kedua faktor ini secara bersama-sama memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi penggemar NCT. Implikasi praktis penelitian mencakup pentingnya edukasi keuangan bagi penggemar K-Pop untuk mencegah perilaku konsumtif berlebihan, termasuk pelatihan pengelolaan keuangan dan pemahaman tentang prioritas kebutuhan.

Kata Kunci: *Financial self control*, fanatisme, perilaku konsumtif, NCT, penggemar K-pop

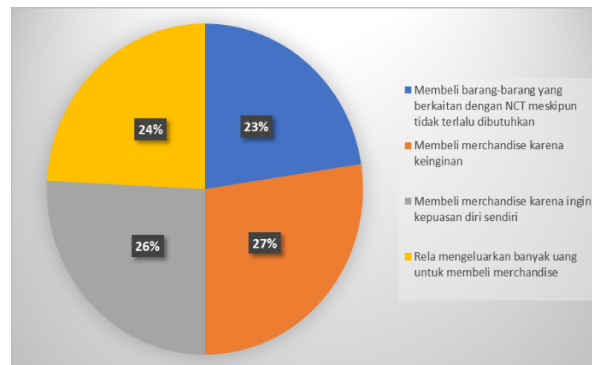
PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah memungkinkan pertukaran budaya antarnegara semakin intensif, dengan salah satu manifestasi terbesarnya adalah fenomena Gelombang Korea atau Hallyu. Gelombang Korea atau Hallyu menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan yang luar biasa. Pada 2023, komunitas Hallyu di seluruh dunia mencapai lebih dari 200 juta anggota. Di Indonesia, Hallyu memiliki 2,26 juta anggota komunitas, dengan pertumbuhan tertinggi kedua di Asia (Korea Foundation, 2024).

Pengaruh budaya populer ini tidak hanya berdampak pada preferensi hiburan, tetapi juga pada kebiasaan konsumsi penggemar. Fanatisme yang tinggi sering kali mendorong perilaku konsumtif yang melibatkan pembelian *merchandise*, album, dan tiket konser, bahkan dalam situasi ekonomi yang menantang. Di kalangan penggemar K-Pop, terutama penggemar grup NCT, perilaku konsumtif menjadi fenomena yang menonjol, termasuk di Kabupaten Karawang (Ardinengsih et al., 2024). NCT (*Neo Culture Technology*) adalah *boy group* multinasional yang dibentuk oleh SM Entertainment pada 2016 dengan konsep unik yang memungkinkan jumlah anggota yang tidak terbatas serta pembagian ke dalam beberapa sub-unit berdasarkan pasar sasaran yang berbeda (Fadillah & Ratnasari, 2023).

Industri K-Pop menerapkan strategi pemasaran yang khas untuk meningkatkan minat beli para penggemarnya. Berbeda dengan hiburan lain, K-Pop mengandalkan pemasaran edisi terbatas, variasi album dalam beberapa versi, serta interaksi eksklusif dengan penggemar, seperti acara tanda tangan (*fan sign*) dan kartu foto acak (*photo cards random*). Hal ini mendorong penggemar untuk membeli lebih dari satu produk demi melengkapi koleksi mereka. Selain itu, konsep *comeback* yang dilakukan secara rutin dengan perilisan album dan *merchandise* dalam waktu yang berdekatan membuat penggemar merasa perlu terus mengikuti perkembangan agar tetap terhubung dengan komunitas. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kesetiaan

penggemar tetapi juga memperkuat dorongan untuk berbelanja sebagai bentuk kedekatan emosional dengan idola mereka.



Gambar 1. Pra Penelitian

Sumber: Pra Penelitian, 2024

Hasil pra penelitian, mayoritas penggemar NCT di Kabupaten Karawang menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang tinggi terhadap *merchandise* NCT. Dari 30 responden, persentase terbesar, yaitu 27%, berada dalam kategori membeli *merchandise* karena keinginan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden membeli *merchandise* lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan atau alasan lain. Fenomena ini mencerminkan keterikatan emosional dan rasa kedekatan responden terhadap *merchandise* NCT, yang mendorong mereka untuk membeli meskipun barang tersebut tidak benar-benar diperlukan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fanatisme dapat mendorong perilaku konsumtif yang impulsif. Penelitian (Fadillah & Ratnasari, 2023) menunjukkan bahwa fanatisme di kalangan penggemar NCT memicu perilaku konsumtif impulsif dan tidak rasional dalam pembelian *merchandise*. Hal ini didukung oleh (Nugraha et al., 2023) ditegaskannya di Jabodetabek, fanatisme berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian album NCT. Sejalan dengan temuan (Adhawiyah et al., 2022), fanatisme berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan *financial self-control* memiliki pengaruh negatif signifikan. Penelitian tersebut juga memberikan kontribusi tambahan dengan menguji pengaruh kedua variabel secara simultan menggunakan *path analysis*. Selain itu, (Chandra, 2022) menyebutkan bahwa fanatisme sering kali berhubungan dengan kurangnya pengendalian diri dalam pengelolaan keuangan. Temuan (Sagala et al., 2023) juga menunjukkan bahwa *financial self-control* memiliki peran penting dalam mengatur perilaku konsumtif, terutama dalam mencegah tindakan impulsif dan boros.

Kesenjangan penelitian ini penting diatasi mengingat perkembangan industri K-Pop yang terus meningkat dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi penggemar, terutama di era pasca-pandemi yang membawa perubahan besar pada pola konsumsi dan interaksi sosial. Pemahaman mendalam mengenai dinamika antara fanatisme dan kontrol diri finansial dapat memberikan kontribusi berharga bagi pengembangan

strategi pengelolaan keuangan yang lebih efektif untuk penggemar K-Pop khususnya di tingkat lokal.

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah salah satu konsep dasar akuntan atau teori akuntansi (Hasan et al., 2022). Bagian dari tanggung jawab pimpinan perusahaan adalah manajemen keuangan, pimpinan bertanggung jawab untuk membuat keputusan penting tentang investasi dan pembiayaan perusahaan (Nur Lazimatul Hilma Sholehah, Fitrianti et al., 2018).

Pengelolaan Keuangan

Menurut Bambang Riyanto dalam (Jirwanto et al., 2018) pengelolaan keuangan mencakup semua tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh dana yang diperlukan dengan biaya seminimal mungkin dan dengan kondisi yang menguntungkan, serta berusaha untuk menggunakan dana yang diperoleh secara efektif dan efisien. Mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan perencanaan pensiun bagi individu dikenal sebagai pengelolaan keuangan. Ini mencakup menentukan bagaimana menggunakan sumber daya yang terbatas untuk mencapai tujuan keuangan pribadi.

Financial Self Control

Pengendalian diri terhadap pengeluaran dan sikap konsumtif seseorang dapat memengaruhi keadaan keuangan mereka (Silooy, 2019). Kontrol diri berkaitan dengan cara individu mengelola emosi dan dorongan dalam dirinya, serta kemampuan untuk mengubah perilakunya saat membuat keputusan (Mardiana & Rochmawati, 2020). Adapun indikator menurut Lethnan dalam buku (Rahanatha et al., 2023) yang diambil untuk mengukur tingkat *financial self control* yaitu tanggung jawab, pengawasan, pertimbangan, penundaan, dan pencatatan.

Fanatisme

Menurut Goddard dalam (Cendana Ayu Fajria et al., 2023), fanatisme adalah pandangan atau keyakinan yang mendalam terhadap suatu hal, baik itu positif maupun negatif, yang tidak didasarkan pada teori namun tetap diyakini secara kuat oleh individu. Perasaan suka yang dialami penggemar ini muncul dari rasa ketagihan yang mereka miliki, yang terlihat dari banyaknya waktu yang dihabiskan untuk idola mereka (Dewi & Komsiah, 2024). Indikator dalam penelitian ini yang disesuaikan dengan konteks penelitian (Indah Apriliani et al., 2021) yaitu rasa antusias yang ekstrem, ketertarikan emosi, rasa cinta yang bertahan lama, menganggap hal yang mereka yakini hal yang benar, membela dan mempertahankan kebenaran yang mereka yakini.

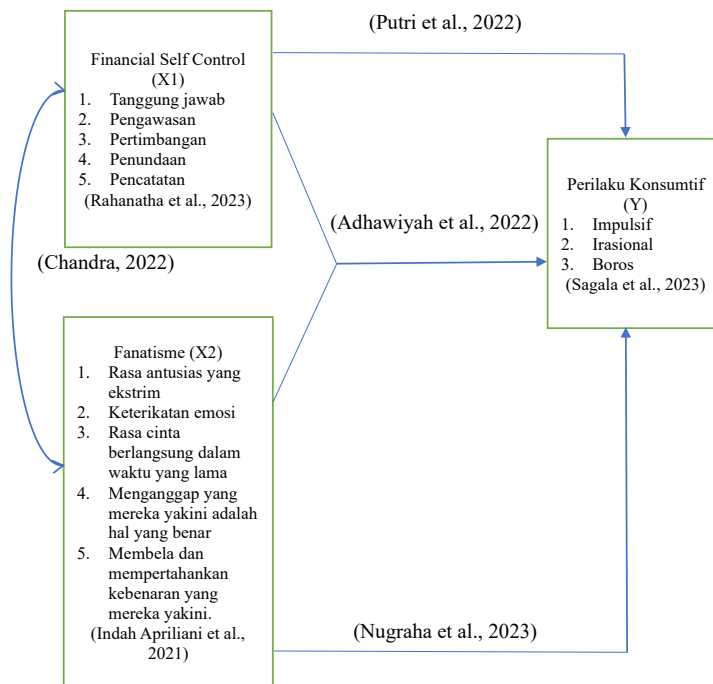
Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tindakan konsumen yang menggantikan kebutuhan dasar dengan barang dan jasa yang memiliki nilai uang

lebih tinggi daripada yang seharusnya (Marcella et al., 2023). Orang-orang yang menganut paham hedonisme sering kali mendahulukan keinginan untuk bersenang-senang daripada kebutuhan untuk bertahan hidup (Utami & Isbanah, 2023). Penelitian ini mengambil indikator menurut (Sagala et al., 2023) yaitu impulsif, irasional, dan boros.

KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. Paradigma Penelitian

Sumber: Penelitian, 2024

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat korelasi antara *financial self control* dan *fanatisme* pada penggemar NCT di Kabupaten Karawang.
2. Terdapat pengaruh secara parsial *financial self control* terhadap perilaku konsumtif pada penggemar NCT di Kabupaten Karawang.
3. Terdapat pengaruh secara parsial *fanatisme* terhadap perilaku konsumtif pada penggemar NCT di Kabupaten Karawang.
4. Terdapat pengaruh secara simultan *financial self control* dan *fanatisme* terhadap perilaku konsumtif pada penggemar NCT di Kabupaten Karawang.

METODE PENELITIAN

Dengan jumlah anggota Sijeuni Karawang sebanyak 365 orang dan 191 partisipan yang dipilih secara acak, penelitian ini menggunakan pendekatan

deskriptif verifikatif. Survei dan wawancara mendalam digunakan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, termasuk data primer dan sekunder. Untuk mengembangkan kesimpulan dari penelitian, analisis data melibatkan pelaksanaan uji kualitas, evaluasi asumsi tradisional, analisis jalur, dan interpretasi hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 191 responden dengan berbagai karakteristik yang dianalisis berdasarkan empat aspek utama, yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan durasi menjadi penggemar NCT. Hasil analisis ini disajikan secara rinci dalam tabel 1, yang memuat distribusi frekuensi dan persentase dari masing-masing kategori karakteristik responden.

Tabel 1. Hasil Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	176	8
	Laki-Laki	15	92
Total		191	100
Usia	18 tahun	25	13
	19 tahun	17	9
	20 tahun	27	15
	21 tahun	54	28
	22 tahun	38	20
	23 tahun	10	5
	24 tahun	8	4
	25 tahun	4	2
	26 tahun	1	1
	27 tahun	2	1
	28 tahun	3	1
	29 tahun	2	1
Total		191	100
Pekerjaan	Bekerja	57	30
	Belum Bekerja	134	70
Total		191	100
Lama Menjadi Penggemar	Kurang dari 1 tahun	53	28
	Lebih dari 1 tahun	30	16
	Lebih dari 2 tahun	108	56
Total		191	100

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (92%), berusia 18-22 tahun (64%), dan belum bekerja (70%). Sebagian besar responden baru menjadi penggemar NCT dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun (28%), sementara 16% telah menjadi penggemar lebih dari 1 tahun, dan 56% lebih dari 2 tahun. Data ini menggambarkan bahwa penggemar NCT di Kabupaten Karawang didominasi oleh perempuan muda yang berstatus mahasiswa, dengan komposisi penggemar baru dan lama yang cukup beragam, sehingga memberikan gambaran yang penting untuk memahami perilaku konsumtif mereka.

2. Uji Validitas

Di bawah ini hasil uji validitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian ini dapat secara akurat dan tepat mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Financial Self Control (X1)	X1.1	0,534	0,141	valid
	X1.2	0,638	0,141	valid
	X1.3	0,651	0,141	valid
	X1.4	0,552	0,141	valid
	X1.5	0,465	0,141	valid
	X1.6	0,579	0,141	valid
	X1.7	0,648	0,141	valid
	X1.8	0,508	0,141	valid
	X1.9	0,450	0,141	valid
	X1.10	0,455	0,141	valid
	X1.11	0,555	0,141	valid
	X1.12	0,502	0,141	valid
	X1.13	0,634	0,141	valid
	X1.14	0,597	0,141	valid
	X1.15	0,640	0,141	valid
	X1.16	0,648	0,141	valid
	X1.17	0,617	0,141	valid
	X1.18	0,601	0,141	valid
	X1.19	0,654	0,141	valid
	X1.20	0,597	0,141	valid
	X1.21	0,545	0,141	valid
	X1.22	0,398	0,141	valid
	X1.23	0,527	0,141	valid
	X1.24	0,443	0,141	valid
	X1.25	0,540	0,141	valid

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Fanatisme (X2)	X2.1	0,632	0,141	valid
	X2.2	0,581	0,141	valid
	X2.3	0,580	0,141	valid
	X2.4	0,657	0,141	valid
	X2.5	0,428	0,141	valid
	X2.6	0,726	0,141	valid
	X2.7	0,749	0,141	valid
	X2.8	0,664	0,141	valid
	X2.9	0,713	0,141	valid
	X2.10	0,740	0,141	valid
	X2.11	0,720	0,141	valid
	X2.12	0,692	0,141	valid
	X2.13	0,723	0,141	valid
	X2.14	0,675	0,141	valid
	X2.15	0,757	0,141	valid
	X2.16	0,651	0,141	valid
	X2.17	0,654	0,141	valid
Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,804	0,141	valid
	Y.2	0,766	0,141	valid
	Y.3	0,865	0,141	valid
	Y.4	0,610	0,141	valid
	Y.5	0,840	0,141	valid
	Y.6	0,615	0,141	valid
	Y.7	0,855	0,141	valid
	Y.8	0,843	0,141	valid
	Y.9	0,846	0,141	valid

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item dari variabel *Financial Self Control* (X1), *Fanatisme* (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai *r* calculate yang lebih besar dibandingkan dengan nilai *r* table (0,141). Seluruh butir instrumen penelitian telah teruji validitasnya, artinya instrumen tersebut benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti.

3. Uji Reliabilitas

Untuk memastikan bahwa variabel yang diuji konsisten dan dapat diandalkan, uji reliabilitas dilakukan pada semua instrumen yang terlibat dalam penelitian ini. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Crobach Alpha</i>	Keterangan
<i>Financial Self Control</i> (X1)	0,905	Reliable
<i>Fanatisme</i> (X2)	0,921	Reliable
Perilaku Konsumtif	0,924	Reliable

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel diperoleh sebesar 0,905 untuk *Financial Self Control*, 0,921 untuk *Fanatisme*, dan 0,924 untuk Perilaku Konsumtif. Seluruh nilai tersebut melebihi 0,7, sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

4. Uji Normalitas

Data yang disertakan dalam penelitian ini diperiksa kenormalannya melalui penerapan uji. Hasil pengujian normalitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		191
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.0620200
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.050
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2024

Hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,092, yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal, menurut pengujian normalitas yang dilakukan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel.

5. Analisis Deskriptif

Tabel analisis deskriptif berikut menyajikan ringkasan data dari variabel-variabel yang dianalisis.

Tabel 5. Analisis Deskriptif

Jawaban Responden	X1		Mean	X2		Mean	Y		Mean
	F	Presentase		F	Presentase		F	Presentase	
1 Sangat Tidak Setuju	5	2,6	4,34	0	0	4,62	3	1,6	3,91
2 Tidak Setuju	5	2,6		1	0,5		12	6,3	
3 Netral	22	11,5		10	5,2		46	24,1	
4 Setuju	48	25,1		49	25,7		68	35,6	
5 Sangat Setuju	111	58,1		131	68,6		62	32,5	
Total	191	100		191	100		191	100	

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2024

Berdasarkan hasil analisis, variabel *Financial Self-Control* memiliki rata-rata skor 4,43 yang termasuk dalam kategori sangat baik, menunjukkan bahwa responden mampu mengendalikan keuangan mereka dengan cukup baik, terutama dalam menunda pembelian yang tidak mendesak. Variabel *Fanatisme* menunjukkan rata-rata skor tertinggi, yaitu 4,62 yang masuk kategori sangat baik, mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat *fanatisme* yang sangat tinggi terhadap objek yang diteliti, terlihat dari rasa senang yang mendalam ketika melihat idola mereka. Sementara itu, variabel Perilaku Konsumtif memiliki rata-rata skor 3,91, yang juga berada dalam kategori baik, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif responden cukup tinggi, terutama terkait pembelian barang-barang yang memberikan kepuasan emosional, baik resmi maupun tidak resmi. Secara keseluruhan, responden menunjukkan *financial self control* yang baik, tingkat *fanatisme* yang sangat kuat, dan perilaku konsumtif yang cukup tinggi terhadap objek yang diteliti.

6. Analisis Korelasi

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana terdapat keterkaitan atau pengaruh linear antara variabel *Financial Self Control* (X1) dan *Fanatisme* (X2) berdasarkan data yang diperoleh.

Tabel 6. Analisis Korelasi

Correlations			
		Financial Self Control	Fanatisme
Financial Self Control	Pearson Correlation	1	.114
	Sig. (2-tailed)		.117
	N	191	191
Fanatisme	Pearson Correlation	.114	1
	Sig. (2-tailed)	.117	
	N	191	191

Sumber: Hasil Pengelolaan Data, 2024

Berdasarkan tabel korelasi, nilai *Pearson Correlation* antara *Financial Self Control* dan *Fanatisme* sebesar 0,114, Hal ini menunjukkan korelasi yang sangat lemah dan dapat tidak signifikan antara kedua variabel. Bukti lebih lanjut bahwa

korelasi antara variabel dapat ditunjukkan oleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,117, yang lebih tinggi dari kriteria signifikansi 0,05. Dengan demikian, tidak terdapat bukti yang menunjukkan adanya keterkaitan antara *Financial Self Control* dan *Fanatisme*.

7. Analisis Path

Untuk memberikan penjelasan yang lebih jelas mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap perilaku konsumtif, tabel analisis jalur (*path analysis*) berikut memperlihatkan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

Tabel 7. Hasil Analisis Path

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.884	4.440		2.001	.047
Financial Self Control	-.159	.034	-.268	-4.675	.000
Fanatisme	.513	.049	.595	10.363	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Pengelolaan Data, 2024

Dari tabel berikut didapatkan hasil sebagai berikut:

- Secara parsial antara variabel *Financial Self Control* terhadap variabel Perilaku Konsumtif dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan karena $\text{sig}.0,000 < 0,05$ dengan besar pengaruhnya -0.268 menunjukkan bahwa pengaruhnya cukup kuat dengan arah negatif.
- Secara parsial antara variabel *Fanatisme* (X2) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) Tingkat signifikansi $0,000$ lebih kecil dari $0,05$, sehingga membuktikan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang cukup besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif dengan tingkat pengaruh sebesar $0,595$.

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.436	.430	6.824

a. Predictors: (Constant), Fanatisme, Financial Self Control

Sumber: Pengelolaan Data, 2024

Berdasarkan tabel 8, nilai R Square sebesar $0,436$, yang mengindikasikan bahwa $43,6\%$ variasi atau perubahan dalam Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel *Financial Self Control* dan *Fanatisme* dalam model ini.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6037.270	2	3018.635	59.890	.000 ^b
Residual	9475.704	188	50.403		
Total	15512.974	190			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Fanatisme, Financial Self Control

Sumber: Pengelolaan Data, 2024

Tingkat signifikansi 0,000, seperti yang ditunjukkan oleh ANOVA, lebih rendah dari ambang batas yang diterima sebesar 0,05. Jadi dapat dikatakan bahwa *Financial Self Control* dan *Fanatisme* adalah dua faktor yang secara signifikan memengaruhi Perilaku Konsumtif.

8. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui bahwa faktor-faktor independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen akan diuji dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mendapatkan temuan yang lebih tepat tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan melakukan pengujian hipotesis parsial dan simultan.

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

1) Hipotesis Pengaruh *Financial Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif

Tabel di bawah ini untuk mengetahui hasil uji hipotesis tentang pengaruh *financial self control* terhadap perilaku konsumtif:

Tabel 10. Pengaruh Parsial *Financial Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif

Struktual	Sig.	A	T-Hitung	T- Tabel	Kesimpulan
Pyxi	0,000	0,05	-4,675	1,653	Ho diterima

Sumber: Pengelolaan Data, 2024

Terdapat perbedaan yang lebih kecil antara nilai t-tabel (1,653) dan nilai t-hitung (-4,675) pada tabel 10, dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak. Artinya setiap terjadinya peningkatan *financial self control* akan mengakibatkan penurunan perilaku konsumtif secara signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung yang negatif, mengindikasikan hubungan yang berlawanan arah antara kedua variabel.

2) Hipotesis Pengaruh *Fanatisme* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berikut merupakan hasil uji hipotesis pengaruh *fanatisme* terhadap perilaku konsumtif disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 11 .Pengaruh Parsial *Fanatisme* Terhadap Perilaku Konsumtif

Struktual	Sig.	A	T-Hitung	T- Tabel	Kesimpulan
Pyx	0,000	0,05	10.363	1,653	H ₀ diterima

Sumber: Pengelolaan Data, 2024

Hasil tabel 11 menunjukkan bahwa H₀ diterima dan H₁ ditolak karena nilai t hitung (10,363) lebih besar dari nilai t tabel (1,653) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Artinya setiap terjadinya peningkatan fanatisme akan mengakibatkan peningkatan perilaku konsumtif secara signifikan. Nilai t-hitung yang bernilai positif mengindikasikan adanya hubungan searah antara kedua variabel.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Berikut merupakan hasil uji hipotesis pengaruh *financial self control* dan *fanatisme* terhadap perilaku konsumtif dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Pengaruh Simultan *Financial Self Control* dan *Fanatisme* Terhadap Perilaku Konsumtif

Struktual	Sig.	A	F-Hitung	F- Tabel	Kesimpulan
Pyx ₁ x ₂	0,000	0,05	59,890	3,04	H ₀ diterima

Sumber: Pengelolaan Data, 2024

Berdasarkan hasil tabel 12, dengan nilai F-hitung (59,890) > F-tabel (3,04) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa H₀ diterima dan H₁ ditolak. Dengan kata lain, peningkatan *Financial Self Control* dan *Fanatisme* secara bersamaan akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan variasi pada Perilaku Konsumtif.

Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

a. *Financial self control*

Financial Self-Control tergolong dalam kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan kemampuan responden dalam mengelola keuangan mereka dengan cukup baik, terutama dalam hal menunda pembelian yang tidak mendesak, memprioritaskan kebutuhan yang lain dan menunda pembelian apabila dana terbatas. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kesadaran yang tinggi terhadap prioritas keuangan mereka,

meskipun mereka adalah penggemar grup musik yang memiliki daya tarik emosional yang kuat.

b. Fanatisme

Fanatisme terhadap NCT mendapatkan rata-rata skor tertinggi yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini mencerminkan keterikatan emosional yang sangat kuat, di mana responden merasakan antusiasme yang besar, dan kebanggaan yang tinggi terhadap idola mereka. Fanatisme ini menciptakan rasa kedekatan emosional yang luar biasa, yang sering kali mendorong mereka untuk menunjukkan dukungan dalam bentuk pembelian *merchandise*.

c. Perilaku konsumtif

Perilaku Konsumtif tergolong dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan kecenderungan yang signifikan di kalangan responden untuk membeli barang-barang terkait NCT, baik resmi maupun tidak resmi, sebagai cara untuk memperoleh kepuasan emosional. Data ini mengindikasikan bahwa meskipun responden memiliki *financial self control* yang baik, tingkat *fanatisme* yang tinggi tetap dapat mendorong perilaku konsumtif yang signifikan.

2. Analisis Korelasi

Berdasarkan hasil analisis korelasi, tidak ada hubungan yang signifikan antara *Financial Self Control* dan *Fanatisme*. Hal ini disebabkan oleh nilai korelasi yang sangat kecil, sehingga menunjukkan bahwa kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya tidak berkaitan dengan tingkat fanatisme mereka terhadap NCT. Artinya, pengelolaan keuangan yang baik atau buruk tidak berkaitan langsung dengan seberapa besar rasa cinta dan keterikatan emosional penggemar terhadap idola mereka. Kedua variabel ini berjalan secara independen satu sama lain. Hasil ini berbanding terbalik dengan penelitian (Chandra, 2022) yang menyebutkan bahwa fanatisme sering kali berhubungan dengan kurangnya pengendalian diri dalam konteks pengelolaan keuangan.

3. Analisis Parsial

a. Pengaruh parsial *financial self control* terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa H_0 diterima. Hasil ini membuktikan bahwa *financial self control* memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif. Data menunjukkan bahwa konsumen cenderung tidak bertindak secara konsumtif apabila mereka memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai situasi keuangan mereka. Dengan kata lain, individu yang mampu menunda pembelian, memprioritaskan kebutuhan pokok, dan mengelola pengeluaran secara bijak cenderung tidak terpengaruh oleh dorongan emosional untuk membeli barang-barang yang tidak penting. Sejalan dengan penelitian (Putri et al., 2022) yang menunjukkan bahwa *financial self control* mampu menekan pengeluaran yang tidak terencana, penelitian ini mendukung temuan bahwa

kemampuan menunda pembelian dan mengelola pengeluaran secara bijak dapat menekan konsumsi yang impulsif.

b. Pengaruh parsial *fanatisme* terhadap perilaku konsumtif.

Hasil uji hipotesis mengindikasikan bahwa H_0 diterima. *Fanatisme* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *fanatisme* seseorang terhadap NCT, maka semakin tinggi kemungkinan mereka menunjukkan perilaku konsumtif. Penggemar yang sangat fanatik cenderung membeli *merchandise* idola mereka, bahkan dalam situasi di mana pembelian tersebut tidak diperlukan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nugraha et al., 2023) bahwa *fanatisme* memicu perilaku konsumtif, bahkan secara impulsif. Kesamaan tersebut terlihat pada temuan bahwa penggemar yang fanatik memiliki kecenderungan untuk membeli *merchandise* yang tidak terlalu dibutuhkan.

4. Analisis Simultan

H_0 diterima, yang berarti bahwa *financial self control* dan *fanatisme* keduanya berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai R Square menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut dapat menjelaskan perubahan Perilaku Konsumtif. Hasil ini juga didukung oleh analisis ANOVA, di mana nilai signifikansi menunjukkan bahwa model ini secara keseluruhan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain, seperti tingkat pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, atau tekanan sosial, turut memengaruhi Perilaku Konsumtif responden. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Adhawiyah et al., 2022) menunjukkan bahwa *financial self control* dan *fanatisme* memengaruhi perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh *Financial Self Control* dan *Fanatisme* terhadap Perilaku Konsumtif penggemar NCT di Kabupaten Karawang, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *financial self control* penggemar NCT di Kabupaten Karawang tergolong dalam kategori sangat baik, dimana para penggemar memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola dan mengendalikan keuangan mereka terutama terkait pembelian *merchandise*. Tingkat *fanatisme* penggemar NCT berada pada kategori sangat tinggi, yang menunjukkan kuatnya keterikatan emosional dan dukungan terhadap idola mereka. Sementara itu, perilaku konsumtif penggemar NCT berada pada kategori baik, mengindikasikan adanya kecenderungan yang cukup tinggi dalam melakukan pembelian *merchandise* dan produk terkait NCT.
2. Hasil uji korelasi menemukan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *financial self control* dan *fanatisme* pada penggemar NCT di Kabupaten Karawang. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kemampuan

seseorang dalam mengendalikan keuangan tidak memiliki keterkaitan dengan tingkat fanatisme mereka terhadap NCT.

3. Secara parsial, *financial self control* berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap kebiasaan pembelian penggemar NCT di Kabupaten Karawang. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan penggemar dalam mengendalikan keuangannya, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Bersamaan dengan itu, Perilaku Konsumtif dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Fanatisme. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat fanatisme penggemar terhadap NCT, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.
4. Secara simultan, perilaku konsumtif penggemar NCT di Kabupaten Karawang dipengaruhi secara signifikan oleh *financial self control* dan *fanatisme*. Meskipun faktor-faktor tambahan tidak disertakan dalam penelitian ini, kedua variabel ini cukup mampu menjelaskan varians perilaku konsumen.

Dengan demikian meskipun penggemar NCT di Kabupaten Karawang memiliki kemampuan yang baik dalam mengendalikan keuangan mereka, tingginya tingkat fanatisme tetap mendorong munculnya perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa faktor emosional seperti fanatisme memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk perilaku konsumtif, bahkan ketika seseorang memiliki *financial self control* yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhawiyah, R., Afendi, A. R., & Hardiansyah, H. (2022). Perilaku Konsumtif Ditinjau Berdasarkan Fanatisme, Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontrol Diri. *Jurnal Education and Development*, 11(1), 303–308. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i1.4506>
- Ardinengsih, S. H., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). The Effect of Pocket Money, Peers and Self-Control on Financial Management on Treasure Fans In Karawang. *West Science Business and Management*, 2(01), 82–95. <https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i01.650>
- Cendana Ayu Fajria, Lania Muharsih, & R. Yuwono Pratomo. (2023). Pengaruh Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar Boygroup Nct Di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 3(3), 7–13. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v3i3.1037>
- Chandra, E. V. (2022). The Influence of Fanaticism and Consumptive Behavior Towards Financial Literacy in K-Pop Fans: A Study In An Entrepreneurship-Based University. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 11(2), 89–100. <https://doi.org/10.37715/jee.v11i2.2753>
- Dewi, H. S., & Komsiah, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Budaya Populer Fanatisme Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *IKRA-ITH Ekonomika Journal*, 8(2), 187–195.

- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism of Consumptive Behavior of Merchandise Purchasing in Student Boyband Fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2339>
- Hasan, S., Elpisah, Sabtohadhi, J., Nurwahidah, Abdullah, & Fachrurazi. (2022). *Manajemen Keuangan*. Penerbit CV. Pena Persada.
- Indah Apriliani, Lania Muharsih, & Nita Rohayati. (2021). Fanatisme dan Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Penggemar K-Pop Di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 75–84. <https://doi.org/10.36805/empowerment.v1i1.99>
- Isnawati, N. L., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu-Ibu Perumahan Green Garden Karawang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9577–9586. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/3380>
- Jirwanto, H., Aqsa, muhammad ali, Agusven, T., Herman, D. H., & Sulfitri, D. V. (2018). *Manajemen Keuangan*. CV. Azka Pustaka.
- Korea Foundation. (2024). *2023 Analysis of Global Hallyu Status*. https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/0402_global_hallyu_status_eng/2?ff
- Marcella, E., Aini, E. K., Katsir, A., & Fikri, M. A. (2023). The Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior: Self-Control as a Mediator. *University Research Colloquium*, 28–37. <https://doi.org/10.30595/pssh.v15i.925>
- Mardiana, V., & Rochmawati. (2020). Self-Control Sebagai Moderasi Antara Pengetahuan Keuangan, Financial Attitude, Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(2), 83–98. <https://doi.org/10.23917/jpis.v30i2.11872>
- Nugraha, F. P., Suharyanto, & Yatna, C. N. (2023). Perilaku Konsumtif Memediasi Pengaruh Social Media Marketing dan Fanatisme terhadap Keputusan Pembelian. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 19(1), 69–86.
- Nur Lazimatul Hilma Sholehah, Fitrianti, V. A., Anwar, R., Suleman, N., Muthmainnah, R., Mokoginta, N. S. M., Thalib, M. K., Tasrim, & Darnawati. (2018). *Manajemen Keuangan*. CV. Cahaya Arsh Publisher & Printing.
- Putri, R. E., Sutieman, E., Noy, I. R., Marih, L. O., & Pattiasina, V. (2022). The Influence of Financial Literacy, Self Control and Parents's Socio Economic Status on Students's Consumptive Behavior. *Public Policy*, 3(2), 125–140. <https://stiasaidperintah.e-journal.id/ppj>
- Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., Giantari, I. G. A. K., & Ekawati, N. W. (2023). *Perilaku Pembelian Impulsif dalam Pelaksanaan Yadnya: Studi Pada Perempuan Hindu Bali*. PT Media Pustaka Indo.
- Sagala, L. A. G., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2023). The Effect Of Income, Financial

Literacy and Self-Control On Consumptive Behavior In K-Pop Fans In Karawang. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 2023.
<http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>

Silooy, M. (2019). *Self-Control Dalam Pengelolaan Keuangan Sebagai Upaya Mencapai Kesejahteraan Hidup*. 13(2), 170–178.

Utami, N. G. P., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh financial literacy, financial attitude, financial technology, self-control, dan hedonic lifestyle terhadap financial behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 506–521.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24286/9796>