

BAB III
METODE PENELITIAN
A. Populasi dan Partisipan

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti (Martono, 2012). Populasi yang akan digunakan sebagai subjek penelitian yang menguji tentang hubungan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif pembelian merchandise K-Pop pada kalangan remaja di Surabaya adalah remaja penggemar K-Pop yang berada di Surabaya. Berdasarkan hasil data yang telah diambil dari komunitas remaja penggemar K-Pop jumlah remaja yang menjadi penggemar K-Pop di Surabaya sebanyak 48

Laki-laki	Perempuan	Total
12	36	48

Sumber data diperoleh dari kelompok remaja penggemar K-pop di Surabaya

2. Partisipan

Partisipan adalah bagian dari suatu populasi. Populasi biasanya berkaitan dengan jumlah data yang cukup besar, sehingga untuk mempermudah dalam pengkajiannya dilakukan pada sampelnya saja (Harinaldi, 2005). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan subyek yang didasarkan pada karakteristik dan memperhatikan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Alasan peneliti menggunakan *purposive sampling* karena terdapat syarat atau kriteria khusus bagi remaja yang akan dijadikan partisipan, yaitu :

- a. berusia 12-21 tahun atau anak yang sudah tergolong remaja,
- b. penggemar K-Pop yang suka membeli merchandise,
- c. serta merupakan warga Surabaya yang menetap di Surabaya.

Salah satu cara untuk menentukan besar sampel yang harus diambil dari populasi, jika ukuran populasi diketahui dengan pasti, maka rumus slovin dapat digunakan.

$$n = \frac{\square}{1 + \square^2}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kesalahan ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, misalnya 5%

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 48, dengan toleransi error 5% (0,05). Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan maka didapatkan partisipan sebanyak 43 orang.

B. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya penelitian kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil (Azwar, 2017). Menurut Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Definisi lain juga disampaikan oleh Arikunto (2002) penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap angka tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2015). Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- A. Variabel Bebas (Independent) Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau sebab timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah konformitas.

- B. Variabel Terikat (Dependent) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah perilaku konsumtif.

C. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dipenelitian ini berbentuk skala. Skala adalah alat ukur psikologis berbentuk kumpulan pernyataan-pernyataan sikap yang disusun sedemikian rupa sehingga respon seseorang terhadap pernyataan tersebut dapat diberikan skor dan kemudian dapat diinterpretasikan (Azwar, 2011). Penelitian ini menggunakan skala likert Skala likert adalah skala alat ukur untuk mengukur sikap individu dalam dimensi yang sama dan individu menempatkan dirinya kearah kontinuitas dari butir item tersebut. (Sugiyono, 2013). Item-item skala likert terdiri dari *favorable* dan *unfavorable*, tujuannya adalah untuk menghindari stereotipe jawaban. Pernyataan *favorable* adalah untuk mendukung atau memihak objek penelitian, sedangkan pernyataan *unfavourable* adalah pernyataan yang tidak mendukung objek penelitian (Azwar, 2011).

Tabel 3.1 Skoring skala
Skor

Jawaban	Skor	
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

1. Skala Perilaku Konsumtif

a. Definisi Operasional

Definisi perilaku konsumtif adalah perilaku individu dalam membeli sesuatu tanpa adanya batas dan pertimbangan yang rasional, serta membeli barang-barang yang sebenarnya diluar kebutuhan secara berlebihan agar terpenuhinya keinginan untuk mendapat kepuasan semata daripada kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku konsumtif dapat diukur dengan menggunakan skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) yaitu : pembelian kompulsif, pemborosan dan mencari kesenangan.

b. Pengembangan Alat Ukur

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data perilaku konsumtif pada subyek adalah dengan menggunakan skala perilaku konsumtif. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 2 pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk daftar pernyataan. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan terhadap responden (Sugiyono, 2016). Semua pernyataan pada kuisisioner dalam penelitian ini harus diisi oleh subyek penelitian dan berdasarkan dari jawaban tersebut akan disimpulkan mengenai keadaan subyek penelitian yang sesungguhnya, sehingga jawaban tersebut dapat digunakan untuk mengukur skala perilaku konsumtif.

Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan skala *likert* dengan menggunakan lima jawaban : sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS), dengan demikian subyek harus memilih salah satu jawaban alternatif yang tersedia disetiap pernyataan yang ada. Masing-masing pilihan memiliki skor tertentu yang telah ditetapkan seperti penilaian pada table berikut ini :

Tabel 3.2 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

Indikator	Favorable	Unfavorable	Aitem
Membeli didasari hasrat yang tiba-tiba/keinginan sesaat	1, 2, 3, 4	5, 6, 7, 8	8
Membeli tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu.	9, 10, 11, 12	13, 14, 15, 16	8
Tidak memikirkan konsekuensi dan bersifat emosional	17, 18, 19, 20	21, 22, 23, 24	8
Menghambur-hamburkan banyak dana	25, 26, 27, 28	29, 30, 31, 32	8
Membeli tanpa adanya kebutuhan yang jelas	33, 34, 35, 36	37, 38, 39, 40	8
Kenyamanan fisik	41, 42, 43, 44	45, 46, 47, 48	8
Membeli karena trend	49, 50, 51, 52	53, 54, 55, 56	8
Total aitem			56

c. Uji Alat Ukur

Suatu alat ukur dapat dikatakan sebagai alat ukur yang baik dan dapat memberi informasi yang jelas dan valid apabila telah memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh para ahli psikometri, yaitu kriteria valid dan reliabel. Oleh karena itu agar kesimpulan tidak salah dan tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dari keadaan sebenarnya diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas dari alat ukur yang digunakan dalam suatu penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan

valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Arikunto, 2010). Sejalan dengan pendapat Sugiyono (2016), valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga dapat disesuaikan variabel apa yang akan diteliti dan menggunakan alat ukur apa yang sesuai dengan variabel penelitian, sehingga dalam pengukurannya dapat dikatakan valid.

Berdasarkan hasil analisis diskriminasi item skala perilaku konsumtif pada putaran 1 yang awalnya 56 menjadi 31 dikarenakan 25 item yang tidak valid. Index corrected item total correlation putaran 1 bergerak dari -0,090 s/d 0,664. Sedangkan pada putaran 2 tidak ada item yang dinyatakan gugur sehingga total terdapat 31 item skala konformitas yang dikatakan valid. Index corrected item total correlations pada putaran ke 2 bergerak dari 0,337 s/d 0,684. Hasil uji diskriminasi item dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Aitem	
		Sahih	Gugur
Pembelian impulsif	Membeli didasari hasrat yang tiba-tiba/keinginan sesaat	1, 2, 3, 5, 6, 7	4,8
	Membeli tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu.	9, 10, 11, 12, 13, 15	14, 16
	Tidak memikirkan konsekuensi dan bersifat emosional	17, 19, 21, 23	18, 20, 22, 24
Pemborosan	Menghambur-	25, 29, 32	26, 27, 28,

	hamburkan banyak dana		30, 31
	Membeli tanpa adanya kebutuhan yang jelas	33, 35, 36, 37, 39	34, 38, 40
Kesenangan	Kenyamanan fisik	41, 44, 47	42, 43, 45, 46, 48
	Membeli karena trend	49, 50, 51, 52, 53, 54	55, 56

2. Uji Realibilitas

Salah satu ciri instrumen ukur yang memiliki kualitas baik adalah reliabel, yaitu mampu menghasilkan skor cermat dengan eror pengukuran kecil. Reliabilitas mengacu pada kepercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak cermat bila eror pengukurannya terjadi secara acak (Azwar, 2016).

Besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,0 sampai dengan angka 1,0. Mengetahui reliabilitas alat ukur dapat digunakan rumus koefisien alpha.

2. Skala Intrumen Konformitas

a. Definisi Operasional

Konformitas merupakan sikap perubahan perilaku yang dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap aturan kelompok karena adanya tekanan baik yang nyata maupun hanya hanyalan tujuannya agar dapat diterima menjadi bagian dari kelompok. Konformitas dapat diukur dengan menggunakan skala konformitas yang disusun berdasarkan aspek-aspek konformitas yang dikemukakan oleh Nail (2012) meliputi penyesuaian, kepatuhan, penerimaan.

b. Pengembangan Alat Ukur

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data konformitas pada subyek adalah dengan menggunakan skala konformitas. Skala konformitas terdiri dari 2 pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk daftar pernyataan.

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan terhadap responden (Sugiyono,2016).

Semua pernyataan pada kuisisioner dalam penelitian ini harus diisi oleh subyek penelitian dan berdasarkan dari jawaban tersebut akan disimpulkan mengenai keadaan subyek penelitian yang sesungguhnya, sehingga jawaban tersebut dapat digunakan untuk mengukur skala konformitas.

Skala konformitas disusun berdasarkan skala *likert* dengan menggunakan lima jawaban : sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS), dengan demikian subyek harus memilih salah satu jawaban alternatif yang tersedia disetiap pernyataan yang ada. Masing-masing pilihan memiliki skor tertentu yang telah ditetapkan seperti penilaian pada table berikut ini :

Tabel 3.4 *Blueprint* skala Konformitas

	Indikator	Favorable	Unfavorable	aitem
Penyesuaian	- Nyaman dengan kelompok	1,2,3,4 9, 10,	5, 6, 7, 8	8
	- Interaktif dengan kelompok	11, 12	13, 14, 15, 16	8
Kepuasan	- Tekanan dari kelompok	17, 18, 19, 20	21, 22, 23, 24	8
	- Harapan dari kelompok	25, 26, 27, 28	29, 30, 31, 32	8
Penerimaan	- Percaya dengan pendapat kelompok	33, 34, 35, 36	37, 38, 39, 40	8
	- Memiliki		45, 46, 47, 48	8

	kesamaan dengan kelompok	41, 42, 43, 44
Total aitem		48

c. Uji Alat Ukur

Suatu alat ukur dapat dikatakan sebagai alat ukur yang baik dan dapat memberi informasi yang jelas dan valid apabila telah memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh para ahli psikometri, yaitu kriteria valid dan reliabel. Oleh karena itu agar kesimpulan tidak salah dan dan tidak memberikan gambaran yang jauh berbeda dari keadaan sebenarnya diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas dari alat ukur yang digunakan dalam suatu penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Arikunto, 2010).

Sejalan dengan pendapat Sugiyono (2016), valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga dapat disesuaikan variabel apa yang akan diteliti dan menggunakan alat ukur apa yang sesuai dengan variabel penelitian, sehingga dalam pengukurannya dapat dikatakan valid.

Berdasarkan hasil analisis diskriminasi item skala konformitas pada putaran 1 yang awalnya 48 menjadi 26 dikarenakan 22 item yang tidak valid. Index corrected item total correlation putaran 1 bergerak dari -0,014 s/d 0,658. Sedangkan pada

putaran 2 tidak ada item yang dinyatakan gugur sehingga total terdapat 26 item skala konformitas yang dikatakan valid. Index corrected item total correlations pada putaran ke 2 bergerak dari 0,292 s/d 0,707. Hasil uji diskriminasi item dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Konformitas

Aspek	Indikator	Aitem	
		Sahih	Gugur
Penyesuaian	Nyaman dengan kelompok	1, 2, 5, 6, 7	3,8
	Interaktif dengan kelompok	10, 11, 16	9, 12, 13, 14, 15
Kepatuhan	Tekanan dari kelompok	18	17, 19, 20, 21, 22, 23, 24
	Harapan dari kelompok	25, 26, 28, 29, 30, 32	27, 31
Penerimaan	Percaya dengan pendapat kelompok	34, 35, 37, 39, 40	33, 36, 38
	Memiliki kesamaan dengan kelompok	41, 43, 44, 46, 48	42, 45, 47

2. Uji Realibilitas

Salah satu ciri instrumen ukur yang memiliki kualitas baik adalah reliabel, yaitu mampu menghasilkan skor cermat dengan eror pengukuran kecil. Reliabilitas mengacu pada kepercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak cermat bila eror pengukurannya terjadi

secara acak (Azwar, 2016). Besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,0 sampai dengan angka 1,0. Mengetahui reliabilitas alat ukur dapat digunakan rumus koefisien alpha.

d. Uji Prasyarat dan Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat

A. Uji Normalitas

Pengujian ini memiliki satu tujuan yaitu untuk mengetahui distribusi skor perubahan apakah distribusinya normal atau tidak. Menurut Hadi (2009) jika ada gap seberapa besar gap tersebut. Uji standar yang akan digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal dan tidak berdistribusi normal harus menentukan nilai signifikansinya. Menurut Hadi (2009), suatu variabel dinyatakan mengikuti kurva standar jika tingkat signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 5% ($p \leq 0,05$) maka distribusinya dinyatakan tidak normal. Oleh karena itu jika besar atau p-value $p > 0,05$ maka variabel tersebut terdistribusi normal sebesar dan sebaliknya jika nilai $p < 0,05$ maka variabel tidak terdistribusi normal. Analisis data ini diolah dengan software SPSS 22.0.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan SPSS for window versi 22 diperoleh signifikansi $p = 0,809 > 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal.

B. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah diantara variabel penelitian terdapat hubungan linier yang signifikan atau tidak aturan yang digunakan dalam pengujian ini menggunakan koefisien korelasi adalah (F) dan taraf signifikansi (p) dimana ketika $p > 0,05$ linier dan sebaliknya ketika $p < 0,05$ maka adalah relasi nonlinier

Hasil uji linieritas hubungan antar variabel menggunakan *Compare Menas* dengan bantuan program SPSS for

Windows diperoleh skor *Deviat from Linierity* sebesar $F=1.610$ dengan signifikansi $= 0.148 > 0.05$. Artinya terdapat hubungan yang linier

2. Analisis Data

Setelah uji prasyarat dilakukan, barulah melakukan analisis untuk menguji hipotesis yang diajukan. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif adalah uji korelasi *Product Moment Pearson* dengan menggunakan SPSS 22.0 *for windows*. Uji korelasi *Product Moment Pearson* dipilih karena uji prasyarat yang dilakukan diperoleh hasil data yang berdistribusi normal dan data konformitas dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

Hasil analisis data dilakukan dengan menggunakan program komputer *Statistical Product and Service Solution (SPSS) for Windows Release* versi 22.0. Hasil uji sebelumnya berupa uji normalitas dan uji linieritas dinyatakan terpenuhi. Hasil pengujian distribusi normal dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai z sebesar 0,809 ($p > 0,05$). maka dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis bahwa uji asumsi telah terdistribusi normal pada saat hasil uji linier diperoleh nilai *Deviat from Linierity* sebesar $F=1.610$ dengan signifikansi = 0.148 ($p > 0.05$). sehingga variabel konformitas dan variabel perilaku konsumtif mempunyai hubungan yang linier.

Uji korelasi untuk membuktikan hipotesis tentang adanya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada kalangan remaja di Surabaya menggunakan teknik *Product Moment Pearson*. Berdasarkan hasil uji Korelasi *Product Moment* diperoleh skor korelasi sebesar -0.125 dengan signifikansi $p=0.403$ ($p > 0.05$). hal ini menunjukkan tidak terdapat korelasi yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif.

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada remaja penggemar K-Pop dengan jumlah 47 responden. Dari penelitian yang diperoleh bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif dengan nilai korelasi sebesar -0.125 dengan signifikansi $p=0.403$ ($p > 0.05$). yang artinya terdapat hubungan negatif yang tidak signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada kalangan remaja di Surabaya. Adanya hubungan negatif dapat diartikan bahwa konformitas tidak memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop.

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh konformitas, tetapi pada kelompok penggemar K-Pop yang diteliti dalam penelitian ini tidak memiliki perilaku konsumtif atau bersikap boros, karena

kelompok referensi, kelas sosial, keluarga, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup penggemar K-Pop di Surabaya tidak mempengaruhi perilaku konsumtif masing-masing individu. Remaja penggemar K-Pop di Surabaya menyukai idola K-Pop karena menyukai musik K-Pop, dan melihat fisik idola K-Pop yang tampan, mereka juga mengakui bahwa K-Pop sudah menjadi sumber kebahagiaan dan hiburan bagi mereka.

Berdasarkan uji korelasi tersebut, maka hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan negatif yang tidak signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada kalangan remaja ditolak, karena hasil analisis penelitian menunjukkan adanya korelasi negatif yang tidak signifikan dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada kalangan remaja di Surabaya. Hasil tersebut diperkuat dengan uji linearitas sebesar $F=1.610$ dengan signifikansi = $0.148 > 0.05$ di mana sebaran data menunjukkan hubungan yang linear antara variabel konformitas dan perilaku konsumtif. Hal ini berarti menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Dapat diartikan bahwa konformitas tidak menjadi faktor utama seseorang memiliki perilaku konsumtif. Faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif selain konformitas yaitu kontrol diri, usia, jenis kelamin, gaya hidup, harga diri, fanatisme, dll.

Didukung oleh data yang diambil oleh Jakpat dengan mengikutsertakan 793 responden dari seluruh Indonesia yang mengaku sebagai penggemar K-Pop melalui pertanyaan awal dalam survei yang telah disediakan. Responden Jakpat dalam survei ini adalah pengguna smartphone Indonesia dengan rentang usia 15 hingga 35 tahun. Dari hasil alasan yang mendorong mereka menjadi penggemar K-Pop, mayoritas responden (73,52%) mengatakan mereka menyukai musik K-Pop, sedangkan lebih dari setengahnya (50 %) mengaku jatuh cinta pada visual idola tertentu. Selain itu, beberapa responden (39,72%) mengakui bahwa K-pop telah menjadi sumber kebahagiaan dan hiburan