

PERAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DALAM KONSUMSI MERCHANDISE K-POP DI JAWA TIMUR

Gracylia Abigail Sharon Christiani¹, Mamang Efendy², Herlan Pratikto³¹²³Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118E-mail: gracyliagrace14@gmail.com**Abstract**

This research aims to explore the relationship between self-control and conformity with consumptive behavior in purchasing merchandise among K-pop fans. The method used was quantitative correlation with a total of 253 participants, who were selected through incidental sampling technique. Data analysis was carried out using multiple regression techniques. The results of multiple regression analysis show that there is a simultaneous relationship between self-control and conformity with consumptive behavior in purchasing K-pop merchandise. In partial tests, the relationship between self-control and consumptive behavior was found to be negative. Meanwhile, the partial test between conformity and consumptive behavior shows a significant positive relationship.

Keywords: Self-Control, Conformity, Consumptive Behavior

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian merchandise di kalangan penggemar K-pop. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan jumlah partisipan sebanyak 253 orang, yang dipilih melalui teknik incidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi berganda. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa terdapat hubungan simultan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian merchandise K-pop. Secara uji parsial, hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif ditemukan bersifat negatif. Sedangkan, uji parsial antara konformitas dengan perilaku konsumtif menunjukkan hubungan positif yang signifikan.

Kata kunci: Kontrol Diri, Konformitas, Perilaku Konsumtif

Article History

Received: Agustus 2024

Reviewed: Agustus 2024

Published: Agustus 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Liberosis.v1i2.365

Copyright : Author**Publish by : Liberosis**

This work is licensed under

a [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)[Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)[4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)**PENDAHULUAN**

Kemajuan pesat dalam teknologi telah memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi lintas batas bagi individu di seluruh dunia. Salah satu fenomena yang muncul dari kemudahan ini adalah penyebaran budaya, di antaranya adalah budaya Korea yang dikenal dengan istilah *Korean Wave*. Ini mengacu pada penyebaran budaya Korea Selatan ke berbagai belahan dunia. Di Indonesia, minat terhadap budaya Korea Selatan, terutama di antara generasi Y hingga generasi Alpha, meningkat berkat drama televisi yang populer dan musik K-pop yang sedang tren (Shoffa, 2022).

Hallyu atau *Korean Wave* adalah istilah yang mengacu pada fenomena populer dari Korea Selatan yang mencakup beragam aspek kehidupan dan berhasil diekspor ke berbagai negara di seluruh dunia. Ini diperkuat oleh tayangan drama Korea, *boy group* dan *girl band*, yang sangat populer di kalangan remaja hingga lanjutan. K-pop adalah salah satu aspek terkemuka dari

Hallyu atau *Korean Wave* yang sedang merajalela di antara berbagai kelompok usia mulai dari anak kecil hingga orang yang sudah berkeluarga, memunculkan berbagai komunitas penggemar. Seperti komunitas penggemar pada umumnya, setiap *fandom* (sebutan untuk komunitas penggemar *K-pop*) memiliki berbagai kegiatan seperti proyek penggemar yang mencakup acara-acara tertentu seperti ulang tahun idola dan *comeback* idola *K-pop*, pertemuan penggemar (*fans gathering*), *festival K-pop*, dan sebagainya (Achmada & Sadewo, 2014).

Penggemar *K-pop* menunjukkan kesetiaan mereka bukan hanya melalui mendengarkan lagu dari idola mereka, tetapi juga melalui pembelian berbagai barang dagangan seperti *album*, *photocard*, *lightstick*, *poster*, *goodies*, dan *fan-club membership*. Mereka dengan rela menghabiskan sejumlah uang yang besar untuk memenuhi kebutuhan ini, didorong oleh rasa cinta dan loyalitas kepada idola mereka. Namun, sering kali aktivitas ini dilakukan lebih karena keinginan pribadi dan kepuasan daripada hubungannya dengan idola tersebut. Kegiatan berbelanja *merchandise K-pop* umumnya dilakukan oleh para remaja hingga dewasa yang menjadi penggemar *K-pop*. Berbelanja *merchandise K-pop* tidak hanya di toko *online* saja (*Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Tiktok Shop*), namun saat ini sudah banyak terdapat toko *offline* di berbagai mall, bahkan sering diadakan *bazaar* dan pasar yang menjual berbagai macam *merchandise K-pop*, baik yang *official* hingga *unofficial*.

Penggemar *K-pop* memiliki grup di *social media* dan memiliki grup yang disebut *Group Order* (*Line*, *Whatsapp*, *Twitter*) yang dibentuk untuk memudahkan penggemar membeli *merchandise* dan perhiasan dari idola favoritnya atau sekedar membaginya satu sama lain (Puspitasari & Hermawan, 2013). Penggemar *K-pop* dinilai terlalu mendukung, penggemar *K-pop* disebut juga fanatik, obsesif, dan boros karena suka membuang-buang uang untuk membeli produk dari idola favoritnya. Jenkins (dalam Renggaris, 2016) berpendapat bahwa penggemar adalah orang-orang yang mencari makna dalam suatu budaya atau produk budaya. Ini adalah aksi bebas yang melibatkan perasaan dan pikiran penggemar. Intinya, orang ingin menonton, mempelajari, dan memahami budaya yang dapat membentuk mereka menjadi penggemar.

Membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola favoritnya merupakan suatu kebiasaan dimana para penggemar membeli barang-barang tersebut semata-mata untuk hiburan atau kepuasan pribadi tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya (Hidayanti & Indriana, 2022). Fenomena ini dapat digolongkan sebagai perilaku konsumtif yang meliputi segala tindakan atau proses mental yang mendorong seseorang untuk membeli dan menggunakan suatu barang atau jasa tanpa mempertimbangkan kebutuhan dasar (Surmawan, 2011).

Kontrol diri dapat memicu sekaligus mencegah terjadinya perilaku konsumtif (Khoirunnisa, 2021). Kontrol diri adalah bagian dari kepribadian seseorang yang mempengaruhi perilaku seseorang ketika akan melakukan sesuatu seperti pembelian barang serta menggunakan jasa (Munandar, 2011). Kontrol diri adalah sebuah kemampuan pada diri seseorang yang dapat mencegah atau mengurangi perilaku yang impulsif (Chaplin, 2011). Kontrol diri menjadi satu dari sekian faktor internal yang berdampak terhadap perilaku konsumtif sedangkan konformitas menjadi faktor eksternal yang berdampak terhadap perilaku konsumtif.

Selain kontrol diri, konformitas juga dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif (Fardhani dan Izzati, 2013). Salah satu komponen psikologis yang memengaruhi perilaku membeli adalah tingkat konformitas, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Artledia, 2009). Semakin konformitas seseorang terhadap kelompoknya, semakin mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wardhani, 2009), keinginan untuk disukai orang lain dan ketakutan terhadap penolakan menyebabkan kecenderungan untuk membeli sesuatu yang dikonsumsi oleh kelompoknya.

METODE

Penelitian yang berjudul Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pembelian *Merchandise* pada Penggemar *K-Pop* di Jawa Timur ini mengkaji dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Setiap variabel diukur menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi, yang berarti menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara variabel-variabel tersebut. Korelasi ini menunjukkan bahwa ada hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Variabel penelitian adalah konsep-konsep

yang berkaitan dengan fitur, karakteristik, objek, atau aktivitas tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

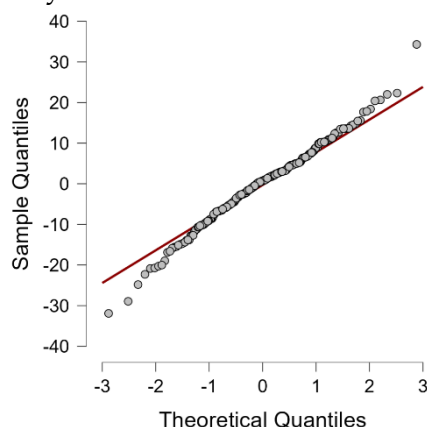
Pengumpulan data adalah proses untuk memperoleh data empiris melalui responden dengan metode yang telah ditentukan. Teknik yang digunakan adalah distribusi kuesioner yang dirancang secara sistematis, dimulai dengan identitas dan karakteristik responden, serta peninjauan kuesioner sebelum disebarluaskan. Data dikumpulkan menggunakan *Google Form* dengan skala *likert* yang terdiri dari dua jenis pertanyaan: *favorable* dan *unfavorable*. Setiap pertanyaan menawarkan lima pilihan jawaban: sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *Incidental Sampling*. Alasan peneliti menggunakan teknik *incidental sampling* karena metode pengambilan sampel di mana peneliti memilih individu yang paling mudah diakses tanpa mempertimbangkan representativitas populasi secara keseluruhan.

HASIL

Uji Asumsi

Dalam melakukan uji normalitas, peneliti menggunakan pengujian secara visual dengan melihat melalui Q-Q Plot dengan menggunakan program *Jeffery's Amazing Statistics Program (JASP)* versi 16.1 *for windows*. Apabila Q-Q Plot menunjukkan grafik yang cenderung membentuk lurus lebih dari 50% maka menunjukkan bahwa data memenuhi syarat asumsi normalitas. Sedangkan jika grafik tidak beraturan dan kurang dari 50% tidak membentuk lurus berarti menunjukkan sebaran data variabel tidak normal. Berdasarkan pengujian secara visual dengan melihat Q-Q Plot di atas, diketahui bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa data dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini diketahui dari grafik yang membentuk garis lurus lebih dari 50% yang berarti data telah memenuhi syarat asumsi normalitas.



Gambar Nilai Residual Kontrol Diri, Konformitas, Perilaku Konsumtif

Tabel 1

Variabel	F	Sig	Keterangan
Konsumtif – Kontrol Diri	0,735	0,833	Linier
Konsumtif – Konformitas	1,119	0,298	Linier

Sumber : *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 26.0 *for Windows*

Hasil uji linieritas antara variabel konsumtif dan kontrol diri ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,833 ($p > 0,05$). Hasil uji linieritas antara variabel konsumtif dan konformitas juga ditunjukkan, dengan skor signifikansi sebesar 0,298 ($p > 0,05$), menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan linier.

Tabel 2

Variabel	Collinearity statistics		
	Tolerance	VIF	Keterangan
Kontrol Diri - Konformitas	0,861	1,161	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26.0 for Windows*

Hasil uji multikolinieritas Dengan skor *tolerance* sebesar 0,861 (lebih dari 0,10) dan skor VIF sebesar 1,161 (kurang dari 10,00), hasil uji multikolinieritas antara variabel kontrol diri dan konformitas menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas, mengetahui tidak terjadi multikolinieritas atau terjadinya multikolinieritas apabila nilai Inflation Factor / VIF kurang dari 10; dan besarnya *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

Tabel 3

Variabel	Sig	Keterangan
Kontrol Diri - Konsumtif	0,838	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Konformitas - Konsumtif	0,203	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26.0 for Windows*

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas terhadap variabel kontrol diri dan konsumtif diperoleh signifikansi sebesar 0,838 ($p > 0,05$). Selanjutnya pada hasil uji heteroskedastisitas terhadap variabel konformitas dan konsumtif diperoleh signifikansi sebesar 0,203 ($p > 0,05$). Syarat dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila skor signifikansi menunjukkan $p > 0,05$.

Uji Hipotesis

Tabel 4

Variabel	F	Sig.	R	R Square
Kontrol Diri dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif	90,863	0,000	0,649	0,421

Sumber : *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26.0 for Windows*

Hasil uji analisis regresi berganda, analisis statistic hubungan variabel kontrol diri dan konformitas secara simultan terhadap perilaku konsumtif memperoleh nilai $F = 90,863$ dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti terhadap hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif. Uji koefisien determinan memperoleh skor R-square pada variabel bebas yaitu variabel independen (kontrol diri, konformitas) dalam menerangkan perubahan variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 42,1% sisanya 57,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

Tabel 5

Variabel	β	T	Sig.	Keterangan
Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif	-0,899	-9,006	0,000	Signifikan
Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif	0,380	6,040	0,000	Signifikan

Sumber : *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 26.0 for Windows*

Hasil uji parsial pada variabel kontrol diri memperoleh nilai ($\beta = -0,899$; $T = -9,006$) dengan signifikansi 0,000 yang berarti terhadap hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sehingga semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki. Sedangkan, hasil uji parsial pada variabel konformitas memperoleh nilai ($\beta = 0,380$; $T = 6,040$) dengan signifikansi 0,000 yang berarti terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif.

Hasil Persamaan Regresi Linier

Adapun persamaan regresi linier pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 71,518 - (-0,899X_1) - (0,380X_2) + e$$

- Nilai konstanta sebesar 71,518, hal ini menunjukkan apabila variabel kontrol diri dan konformitas, jika dianggap konstan (0), maka perilaku konsumtif adalah 71,518.
- Koefisien regresi variabel kontrol diri (X_1) sebesar -0,899. Hal ini berarti setiap kenaikan 1 angka kontrol diri akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,899.
- Koefisien regresi variabel konformitas (X_2) sebesar 0,380. Hal ini berarti setiap kenaikan satu angka konformitas sebesar satu angka akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,380

Artinya semakin tinggi kontrol diri terhadap perilaku konsumtif maka semakin rendah perilaku konsumtif. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Selain itu, semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Begitupun sebaliknya, semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini melibatkan 253 K-poppers di Jawa Timur. Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian di atas menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Penelitian ini mengungkap bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat kontrol diri individu dengan perilaku konsumtif yang mereka tunjukkan. Semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung lebih sering melakukan pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan faktor kunci dalam mengendalikan perilaku konsumtif, terutama di kalangan penggemar K-pop.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian dilakukan oleh Dzihan (2022) yang menghasilkan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Individu dengan kontrol diri yang tinggi lebih mampu mengendalikan dorongan sesaat untuk membeli barang yang tidak diperlukan. Mereka lebih cenderung mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari pembelian mereka dan lebih mampu menahan diri dari godaan. Kontrol diri juga berkaitan dengan kemampuan mengatur emosi. Individu yang mampu mengelola stres, kecemasan, atau kebosanan tanpa harus melarikan diri ke dalam perilaku konsumtif cenderung tidak melakukan pembelian impulsif sebagai strategi atau teknik yang digunakan individu untuk mengatasi, mengelola, atau meredakan stres dan tekanan dari situasi atau kondisi yang menantang. Hal ini dapat berupa tindakan atau pemikiran yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari stres (*mekanisme coping*). Konsep penundaan gratifikasi, yaitu kemampuan untuk menunda kepuasan langsung demi mendapatkan hasil yang lebih baik di masa depan, merupakan komponen utama dari kontrol diri. Individu yang mampu menunda gratifikasi cenderung memiliki strategi keuangan yang lebih baik dan menghindari hutang konsumtif.

Dalam penelitian ini, kontrol diri dan konformitas berperan penting dalam memahami dinamika perilaku konsumtif dalam konteks penggemar K-pop, di mana kontrol diri membantu mengendalikan impulsivitas pembelian, sementara konformitas memengaruhi respons individu terhadap tekanan sosial dan normatif dalam komunitas mereka.

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan negatif yang signifikan. Artinya, semakin baik kemampuan seseorang dalam mengontrol diri, semakin kecil kemungkinannya

untuk terlibat dalam pembelian impulsif atau berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung lebih mampu menahan godaan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan, sehingga perilaku konsumtif mereka dapat dikurangi.

Sebaliknya, variabel konformitas dengan perilaku konsumtif menunjukkan hubungan positif yang signifikan. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat konformitas seseorang terhadap norma-norma atau tekanan sosial di sekitarnya, semakin besar kemungkinannya untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Dengan kata lain, individu yang cenderung mengikuti apa yang dianggap normal atau diterima dalam kelompok sosialnya lebih rentan melakukan pembelian yang tidak terencana atau berlebihan untuk memenuhi ekspektasi atau standar sosial tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada penggemar K-pop di Jawa Timur dan mengetahui adanya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada pembelian *merchandise* pada penggemar K-pop di Jawa Timur. Penelitian ini membantu dalam memahami bagaimana penggemar K-Pop memutuskan untuk membeli *merchandise*. Faktor-faktor seperti kontrol diri dan konformitas dapat memberikan wawasan tentang alasan di balik keputusan pembelian, baik secara rasional maupun emosional. Penelitian ini juga penting untuk mengedukasi penggemar tentang pentingnya kontrol diri dalam pembelian *merchandise*. Hal ini dapat membantu mereka menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan menjaga kesejahteraan finansial mereka. Pada penelitian ini terdapat 253 responden, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *incidental sampling* dan pengambilan data dalam bentuk *google form*. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian yang dilakukan menghasilkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada penggemar K-pop. Artinya bahwa ada hubungan secara simultan kontrol diri dengan konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada penggemar K-pop. Uji hipotesis selanjutnya memberikan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada penggemar K-pop. Artinya semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Uji hipotesis selanjutnya menyatakan bahwa ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada penggemar K-pop. Artinya semakin tinggi konformitas, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif.

Saran dari peneliti untuk subjek diharapkan memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasar sebelum membeli *merchandise* untuk menghindari pengorbanan kebutuhan penting lainnya. Sebelum melakukan pembelian, subjek harus secara cermat menilai apakah barang tersebut memiliki nilai jangka panjang. Menghindari pembelian impulsif yang dipengaruhi oleh tren atau tekanan dari komunitas adalah hal yang sangat penting. Dorongan untuk membeli *merchandise* sering kali didorong oleh keinginan untuk diterima dalam kelompok atau sebagai bentuk dukungan terhadap idola, yang mencerminkan pengaruh konformitas. Kontrol diri berperan penting dalam mengelola dorongan ini untuk memastikan keputusan pembelian yang bijak. Individu harus memiliki kemampuan untuk menahan keinginan membeli barang yang tidak memberikan manfaat jangka panjang dan menjaga agar prioritas utama tetap pada pemenuhan kebutuhan dasar serta aspek penting lainnya. Hal ini penting untuk mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan. Meskipun individu berada dalam kelompok yang kompak, mereka harus mampu membuat keputusan sendiri tanpa terpengaruh oleh tekanan kelompok.

REFERENSI

- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Konsep diri: Definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(02), 65-69.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92-100.

- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal psikologi*, 11(1), 5-11.
- Triningtyas, D. A., & Margawati, T. M. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap online shopping pada remaja. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, 5(1), 16-20.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Amalia, I. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-pop dewasa awal (*Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA*).
- Syamsuddin, L., & Akuba, S. Y. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Komunitas Penggemar K-pop Army Gorontalo. *Elsia: Jurnal Psikologi Manusia*, 1(1), 16-23.
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-pop Pada Mahasiswa UIN Suska Riau. Pekanbaru: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fardhani, P. R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja (Studi pada siswa kelas XI SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 1(02), 1-7.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2004). *Handbook of Self-Regulation: Research, Theory, and Applications*. New York: Guilford Press.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive Buying—A Growing Concern? An Examination of Gender, Age, and Endorsement of Materialistic Values as Predictors. *British Journal of Psychology*, 96(4), 467-491.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further Examining the American Dream: Differential Correlates of Intrinsic and Extrinsic Goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 280-287.
- Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2010). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Pearson Education.
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Teel, J. E. (1989). Measurement of Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence. *Journal of Consumer Research*, 15(4), 473-481.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological bulletin*, 80(4), 286.
- Hasbi, M. (2018). Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016 (*Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar*).
- Fitroti, L. H. A., & Muhajir, M. Kontrol Diri Remaja Muslim Penggemar K-pop terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Komunitas EXO-L di Samarinda).
- Lubis, L., Abdillah, A., & Lubis, H. K. (2020). The Relationship Of Self-Control And Conformity With Consumptive Behavior Of Network Computer Engineering Students At Smk Negeri 2 Binjai. *International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2), 209-222.
- Dzihan, F. A. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online produk kecantikan pada mahasiswi (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*).
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia dewasa awal (*Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA*).
- Pratiwi, I. W., & Yani, R. E. (2016). Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Pengembangan SDM*, 4(1).
- Ulfa, R. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Online Shop Di Uin Ar-Raniry (*Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh*).