

Analisis compulsive buying behavior pada penggemar K-POP di Indonesia usia dewasa muda studi kasus: ELF dan NCTZEN Indonesia = Compulsive buying behavior analysis among young adult K-POP fans in Indonesia case study: ELF and NCTZEN Indonesia.

Angellita Buulolo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516706&lokasi=lokal>

Abstrak

Selama beberapa tahun terakhir, penelitian terkait dengan perilaku konsumen menjadi topik yang hangat. Salah satu yang menjadi perhatian penelitian dalam beberapa tahun terakhir adalah faktor yang dapat memengaruhi terbentuknya compulsive buying behavior. Dalam penelitian ini akan membahas faktor baik secara eksternal seperti materialisme, dan internal seperti mindset dan consumer anxiety. Penelitian ini mengambil sudut pandang kelompok penggemar dari dua grup K-POP besar Super Junior (E.L.F) dan NCT (NCTzen) di Indonesia berusia dewasa muda, yang melakukan pembelian produk terkait K-POP dalam sebulan terakhir. Metode yang dilakukan untuk penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM). Hasil penemuan dari penelitian ini sendiri menunjukkan jika faktor eksternal seperti materialisme masih menjadi faktor terkuat terbentuknya compulsive buying behavior dengan faktor yang memengaruhi materialisme seperti celebrity endorsement, peer group, dan television advertisement. Selain itu terdapat penemuan jika mindset tidak dapat berpengaruh langsung terhadap compulsive buying behavior.

.....Several studies have been conducted in recent years to investigate consumer behavior. One of the research topics that researchers are interested in is the factors that can influence the development of compulsive buying behavior. This study will look at external factors like materialism as well as internal factors like mindset and consumer anxiety. This study focuses on fans of the two major K-POP groups Super Junior (E.L.F) and NCT (NCTzen) in Indonesia, as well as young people who purchased K-POP-related merchandise in the previous month. This study was carried out using the Structural Equation Model (SEM). According to the findings of this study, external factors such as materialism, as well as variables that influence materialism such as celebrity endorsements, peer groups, and television advertisement, are still the most significant indicators in the establishment of compulsive buying behavior. Furthermore, it was discovered that mindset has no direct influence on compulsive buying behavior.