

Membeli Sekarang Mencegah Penyesalan: Studi Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Virtual dan Loyalitas Penggemar Terhadap Online Impulsive Buying Pada Carats dan NCTzens = Buy Now Prevents Regret: Study of The Effect of Virtual Peer Conformity and Fan Loyalty on Online Impulsive Buying on Carats and NCTzens

Nurhadifa Aska, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523816&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai bagaimana online impulsive buying di kalangan penggemar K-Pop khususnya Carats dan NCTzens yang dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya virtual dan loyalitas penggemar. Studi-studi terdahulu telah menemukan bahwa impulsive buying seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa alasan, seperti faktor kemudahan teknologi dan konformitas sosial oleh teman sebaya yang berlangsung melalui interaksi yang riil. Akan tetapi, kedua alasan ini belum mewakili adanya pengaruh dari teknologi dan sosial media dan loyalitas penggemar dalam fenomena online impulsive buying yang dilakukan penggemar K-Pop di Indonesia. Kelompok penggemar K-Pop di Indonesia yang berbasis secara virtual dapat membentuk model baru dari konformitas sosial, dimana konformitas tersebut dilakukan secara daring dengan perantara media sosial. Sebagai dua dari lima kelompok penggemar K-Pop terbesar di Indonesia, penelitian ini menggunakan Carats dan NCTzens sebagai subjek penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini berargumen bahwa online impulsive buying yang dilakukan oleh Carats dan NCTzens dapat terjadi karena adanya faktor konformitas teman sebaya virtual dan loyalitas penggemar yang mereka rasakan. Penelitian ini akan menggali alasan tersebut dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner pada penggemar K-Pop di Indonesia melalui media sosial Twitter. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari sampai April 2023 dan hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas teman sebaya virtual dan loyalitas penggemar terhadap online impulsive buying. Selain itu, keberadaan variabel kontrol kelompok usia memiliki pengaruh pada variabel independen dan dependen dari penelitian ini.

..... This study aims to explain how online impulsive buying among K-Pop fans especially Carats and NCTzens is influenced by virtual peer conformity and fan loyalty. Previous studies have found that a person's impulsive buying can be influenced by several reasons, such as the ease of technology and social conformity by peers that takes place through real interactions. However, these two reasons do not yet represent the influence of technology and social media alongside fan loyalty in the online impulsive buying phenomenon by K-Pop fans in Indonesia. Virtually based groups of K-Pop fans in Indonesia can form a new model of social conformity, where the conformity is carried out online with social media intermediaries. As two of five largest groups of K-Pop fans in Indonesia, this study uses Carats and NCTzens as research subjects. Therefore, this study argues that online impulsive buying by Carats and NCTzens fan groups can occur due to virtual peer conformity factors and the fan loyalty they feel. This research will explore these reasons by using a quantitative approach by distributing questionnaires to K-Pop fans in Indonesia via social media Twitter. This research was conducted from February to April 2023 and the results of this study are that there is a significant relationship between virtual peer conformity and fan loyalty to online impulsive buying. In addition, the existence of the age group control variable has an influence on the independent and

dependent variables of this study.