Berajah Journal
Jurnal Pembelajaran dan Pengembangan Diri
ISSN (p): **2797-1805** | ISSN (e): **2797-1082**

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KONTROL DIRI, DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KONSUMSI *MERCHANDISE K-POP* BAGI MAHASISWA GENERASI Z MENJADI *K-POPERS* DI UIN SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, SELF-CONTROL, AND CONSUMER BEHAVIOR ON K-POP MERCHANDISE CONSUMPTION AMONG GENERATION Z STUDENTS BECOMING K-POPERS AT UIN SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG

Atik Setiyorini[1]*, Deny Yudiantoro[2]
UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
***Email Correspondence:** atiksetiyo723@gmail.com

ABSTRAK

Fenomena idol K-Pop dari Korea Selatan yang dikenal sebagai Hallyu atau Korean Wave telah menyebar luas hingga ke Indonesia. Budaya ini sangat diminati oleh masyarakat, terutama generasi Z yang aktif mengikuti tren, termasuk konsumsi merchandise K-Pop. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif terhadap konsumsi merchandise K-Pop di kalangan mahasiswa generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada 116 responden. Data dianalisis menggunakan SPSS 29 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise K-Pop, sementara kontrol diri dan perilaku konsumtif berpengaruh positif namun tidak signifikan secara parsial. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise.

Kata kunci: literasi keuangan, kontrol diri, perilaku konsumtif, konsumsi merchandise K-Pop.

ABSTRACT

The phenomenon of K-Pop idols from South Korea, known as Hallyu or the Korean Wave, has widely spread to Indonesia. This culture is highly favored by the community, especially Generation Z, who actively follow trends, including the consumption of K-Pop merchandise. This study aims to examine the influence of financial literacy, self-control, and consumer behavior on K-Pop merchandise consumption among Generation Z students at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. The research method used is quantitative, with questionnaires distributed via Google Forms to 116 respondents. The data were analyzed using SPSS 29 through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression. The results indicate that financial literacy has a significant effect on K-Pop merchandise consumption, while self-control and consumer behavior have a positive but not statistically significant partial effect. Simultaneously, these three variables have a significant influence on merchandise consumption.

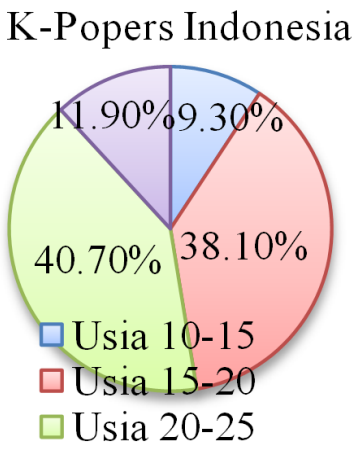
Keywords: *financial literacy, self-control, consumer behavior, K-Pop merchandise consumption.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan setiap orang mengakses berbagai platform untuk belajar dan mengenal beragam budaya dari berbagai negara dengan lebih mudah. Melalui kemajuan teknologi ini, masyarakat Indonesia dapat mengenal berbagai budaya asing, termasuk dalam bidang musik. Salah satu fenomena budaya yang sangat populer dan meluas di Indonesia adalah musik K-Pop (Korean Pop), yang dikenal sebagai bagian dari gelombang budaya Korea Selatan atau *Hallyu* (Korean Wave).

Penggemar musik K-Pop, yang biasa disebut *K-Popers*, tersebar di berbagai

kalangan masyarakat, khususnya generasi Z yang merupakan kelompok usia antara 14 hingga 30 tahun. Di kalangan mahasiswa, hampir semua mengenal dan mengikuti tren musik K-Pop. Mereka umumnya memiliki grup idol favorit seperti EXO, Red Velvet, NCT, AESPA, Blackpink, BTS, Treasure, Super Junior, SNSD, dan lain-lain. Berdasarkan survei IDNTimes (2019), sebanyak 92,1% K-Popers di Indonesia berjenis kelamin perempuan, sementara laki-laki sebesar 7,9%. Provinsi Jawa Timur mencatat persentase K-Popers tertinggi, yaitu 32,1%.



Sumber: IDNTimes

Survei tersebut juga menunjukkan bahwa kelompok usia 20–25 tahun memiliki persentase tertinggi dalam menyukai budaya Korea, khususnya K-Pop. Kelompok usia ini termasuk dalam generasi Z yang aktif tergabung dalam komunitas fandom, yaitu perkumpulan penggemar untuk mendukung grup idolanya. Setiap fandom memiliki cara tersendiri dalam mendukung idolanya agar meraih kesuksesan dalam karier musik.

Untuk mendukung idolanya, para K-Popers melakukan berbagai kegiatan seperti menonton video, mencari informasi, hingga membeli barang-barang terkait idolanya. Bahkan, mereka rela menghabiskan uang untuk membeli album, merchandise, dan tiket konser yang harganya tidak murah. Transaksi pembelian merchandise kini semakin mudah dilakukan melalui online shop yang terpercaya, sehingga memudahkan para penggemar dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini membuat penggemar merasa bahagia karena dapat mendukung idolanya meskipun biaya yang dikeluarkan bisa sangat besar.

Karena itu, literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting agar penggemar, terutama mahasiswa generasi Z, mampu merencanakan dan mengelola keuangannya dengan baik serta tepat guna, baik untuk kebutuhan primer maupun sekunder. Contohnya, dalam event “Allobank Hangout Meet and Greet: Untung Bareng Baekhyun”, Baekhyun yang merupakan artis K-Pop bekerjasama dengan pihak bank untuk menarik minat para penggemar sekaligus mempromosikan produk perbankan. Penggemar diwajibkan menjadi anggota bank Allobank dan meng-upgrade membership ke Allo Prime untuk mendapatkan tiket dalam tiga kategori, yaitu starter, advance, dan premium. Sistem pembayaran dapat dilakukan melalui Allo Paylater dengan opsi angsuran yang memiliki bunga kompetitif, atau melalui Allo Deposito dengan pilihan tenor dan bunga hingga 6% p.a.

Dalam proses transaksi tersebut, pemahaman literasi keuangan menjadi penting agar penggemar dapat mengelola keuangan dengan baik dan mengambil keputusan finansial yang tepat. Generasi Z sebagai pengguna teknologi yang cerdas diharapkan mampu mengontrol diri dalam membagi dan merencanakan keuangannya agar tidak salah dalam mengambil keputusan konsumtif. Jika literasi keuangan kurang dan kontrol diri lemah, penggemar cenderung mengikuti keinginan untuk memuaskan rasa

bangga, yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif dan pemborosan, terutama dalam pembelian merchandise K-Pop. Hal ini sangat mungkin terjadi pada mahasiswa generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang selalu update terhadap berbagai informasi dan perkembangan teknologi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif terhadap konsumsi merchandise K-Pop bagi mahasiswa generasi Z sebagai K-Popers di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan dengan menyusun pertimbangan serta membuat keputusan yang efektif terkait manajemen penggunaan dana (Bushandan & Medhuri, 2013). Selain itu, literasi keuangan mencakup pengetahuan tentang konsep dan risiko keuangan, keterampilan, motivasi, serta kepercayaan diri dalam menerapkannya untuk mengambil keputusan yang tepat demi meningkatkan kesejahteraan individu dalam aspek ekonomi (Aprea et al., 2006). Secara umum, literasi keuangan berarti kemampuan untuk membaca, mengelola, dan menyusun keuangan berdasarkan kondisi yang dimiliki agar penggunaan dana dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk melakukan tindakan yang diinginkan tanpa terhalang oleh kekuatan internal yang mungkin membatasi individu tersebut dalam membuat keputusan dan mengambil langkah-langkah yang efektif guna mencapai tujuan yang diinginkan (Gleitman). Kontrol diri mencakup pengendalian pikiran dan tindakan dalam menghadapi dorongan baik dari dalam maupun luar diri sehingga individu dapat bertindak berdasarkan pertimbangan hati dan pikiran. Selain itu, kontrol diri juga menggambarkan kemampuan kognitif seseorang dalam mengintegrasikan perilaku yang telah direncanakan untuk mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan secara optimal (Lazarus, 1976).

Perilaku Konsumtif

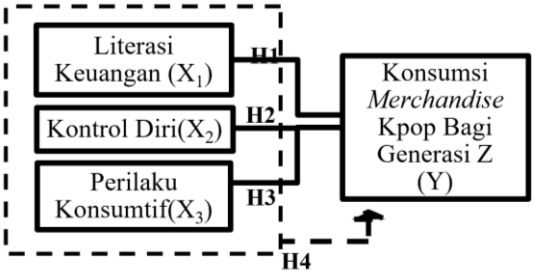
Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi tanpa batas dan cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dibandingkan pertimbangan rasional. Individu dengan perilaku konsumtif lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya (Ancok, 1995). Dengan kata lain, perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa demi memenuhi kepuasan pribadi yang berlebihan tanpa memperhitungkan konsekuensi rasional.

Konsumsi

Konsumsi adalah total pengeluaran untuk memperoleh barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan dalam suatu periode waktu tertentu. Terutama pada konsumen rumah tangga, tingkat konsumsi sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan yang dimiliki (Sayuti, 1989). Konsumsi sendiri diartikan sebagai proses pemenuhan kebutuhan barang atau jasa dalam ruang lingkup ekonomi dalam jangka waktu tertentu.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini menguji pengaruh beberapa variabel terhadap konsumsi merchandise K-Pop pada mahasiswa generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:



a) **H1:** Literasi keuangan berpengaruh terhadap konsumsi merchandise K-Pop bagi mahasiswa generasi Z menjadi K-Popers di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
b) **H2:** Kontrol diri berpengaruh terhadap konsumsi merchandise K-Pop bagi mahasiswa generasi Z menjadi K-Popers di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
c) **H3:** Perilaku konsumtif berpengaruh terhadap konsumsi merchandise K-Pop bagi mahasiswa generasi Z menjadi K-Popers di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
d) **H4:** Literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh terhadap konsumsi merchandise K-Pop bagi mahasiswa generasi Z menjadi K-Popers di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang berasal dari empat fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah dan Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), dan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD).

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner berbasis Google Form. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert dengan lima tingkat skor sebagai berikut:

Tabel 1. Skor Nilai

Pendapat	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29. Tahap analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif terhadap variabel dependen, yaitu konsumsi merchandise K-Pop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan, seluruh pernyataan pada variabel independen (literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif) dan variabel dependen (konsumsi merchandise K-Pop) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung setiap pernyataan yang lebih besar dari nilai r tabel (0,1824) untuk sampel sebanyak 116 responden.

Berajah Journal
Jurnal Pembelajaran dan Pengembangan Diri
ISSN (p): **2797-1805** | ISSN (e): **2797-1082**

Pengujian reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh variabel dapat dikatakan reliabel.

Tabel 2. Output Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
Konsumsi (Y)	0.909	0.6	Reliabel
Literasi Keuangan (X1)	0.781	0.6	Reliabel
Kontrol Diri (X2)	0.867	0.6	Reliabel
Perilaku Konsumtif (X3)	0.888	0.6	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Output Uji Normalitas

Statistik	Nilai
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.079

Nilai Asymp. Sig. sebesar 0.079 lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Output Uji Heterokedastisitas

Variabel	T	Sig.
Literasi Keuangan (X1)	-0.718	0.474
Kontrol Diri (X2)	-0.131	0.896
Perilaku Konsumtif (X3)	-0.162	0.248

Nilai signifikansi pada ketiga variabel > 0.05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Output Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan (X1)	0.886	1.219
Kontrol Diri (X2)	0.821	1.218
Perilaku Konsumtif (X3)	0.885	1.13

Nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Output Uji Determinasi

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.741	0.55	4.58

Variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif secara bersama-sama menjelaskan 55% variasi konsumsi merchandise K-Pop. Sisanya 45% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Output Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)
Konstanta	12.274
Literasi Keuangan (X1)	0.324
Kontrol Diri (X2)	0.061
Perilaku Konsumtif (X3)	0.179

Persamaan regresi:

Y = 12.274 + 0.324X1 + 0.061X2 + 0.179X3

Interpretasi:

a) Konstanta 12.274 menunjukkan nilai konsumsi merchandise ketika variabel independen bernilai nol.

b) Koefisien positif pada semua variabel menunjukkan bahwa peningkatan satu poin pada masing-masing variabel akan

meningkatkan konsumsi merchandise sesuai nilai koefisien.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 8. Output Uji F

Model	F	Sig.
Regression	28.512	0.001

F hitung (28.512) > F tabel (3.087) dan signifikansi 0.001 < 0.05, sehingga variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap konsumsi merchandise K-Pop.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 9. Output Uji T

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.
Konstanta	2.634	1.646	0.01
Literasi Keuangan (X1)	2.683	1.646	0.008
Kontrol Diri (X2)	0.517	1.646	0.606
Perilaku Konsumtif (X3)	1.848	1.646	0.067

Hasil pengujian:

a) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise K-Pop ($p < 0.05$).
b) Kontrol diri dan perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise ($p > 0.05$).

Pengaruh Literasi Keuangan

Literasi keuangan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk mengelola keuangan dengan bijak, sehingga konsumsi merchandise dilakukan secara terencana dan tidak berlebihan. Temuan ini sesuai dengan penelitian Saysyabilla et al. (2022) yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise K-Pop.

Pengaruh Kontrol Diri

Kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise. Hal ini mungkin karena pengaruh eksternal seperti tren dan komunitas fandom yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian, berbeda dengan hasil penelitian Ratna et al. (2024) yang menyatakan kontrol diri berpengaruh signifikan.

Pengaruh Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan, yang menandakan bahwa mahasiswa lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan berlebihan dalam melakukan konsumsi merchandise. Ini sejalan dengan penelitian Saysyabilla et al. (2022).

Pengaruh Simultan

Secara simultan, literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise K-Pop, menunjukkan bahwa ketiga variabel ini bersama-sama memengaruhi pola konsumsi mahasiswa generasi Z.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif terhadap konsumsi merchandise K-Pop bagi mahasiswa generasi Z sebagai K-Popers di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan jumlah sampel 116 responden, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Literasi Keuangan

Pemahaman literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise K-Pop. Mahasiswa yang memiliki pengelolaan keuangan yang baik dengan memisahkan keuangan pribadi dari kebutuhan mendesak cenderung lebih bijak dalam mengatur pengeluaran untuk konsumsi merchandise K-Pop. Semakin tinggi literasi keuangan, semakin baik pula pengelolaan konsumsi merchandise tersebut.

b. Kontrol Diri
Kontrol diri mahasiswa terhadap konsumsi merchandise K-Pop tergolong rendah dan tidak berpengaruh signifikan secara statistik. Meskipun demikian, mahasiswa setidaknya memiliki pemahaman dasar mengenai pengendalian diri agar tidak mudah terpengaruh faktor eksternal. Sebagai generasi Z yang memiliki kemampuan teknologi dan informasi, mereka mampu membedakan prioritas antara kepentingan dan keinginan setelah melakukan pencarian informasi.

c. Perilaku Konsumtif
Perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise K-Pop. Mahasiswa cenderung memilih untuk memenuhi kebutuhan yang lebih penting dibandingkan keinginan yang tidak terlalu bermanfaat dalam jangka panjang, meskipun mereka termasuk dalam kategori penggemar K-Pop yang aktif.

d. Pengaruh Simultan
Secara simultan, variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap konsumsi merchandise K-Pop pada mahasiswa generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan dan aspek psikologis bersama-sama memengaruhi perilaku konsumsi merchandise di kalangan K-Popers.

DAFTAR PUSTAKA

Allobank. (2024). Benefit Allobank. Diakses pada 29 September 2024, dari https://www.allobank.com/benefit

Ambarsari, M. D., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop. Jurnal Ilmu Manajemen, 11(3), 550–564.

Ekasari, R. (2023). Pengantar Ekonomi Makro. Malang: AE Publishing.

Firdiyani, R. M., & Novaria, D. (2024). Pengaruh lifestyle, modernitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumsi Generasi Z Kota Pekalongan dalam pembelian merchandise K-Pop. Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen, 2(3), 322–343.

Gunawan, A. (2022). Monograf Pengukuran Literasi Keuangan Syariah dan Literasi Keuangan. Medan: UMSU Press.

Juwita, S., & Hindun, H. (2018). Tingkat fanatisme penggemar K-Pop dan kemampuan mengelola emosi pada komunitas Exo-L di Kota Yogyakarta. Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling, 4(7), 273–286.

Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi keuangan pada generasi Z. Jurnal Pendidikan Akuntansi, 9(1).

Nathania, R., & Yopel. (2023). EXO-L siap-siap! Baekhyun EXO akan kembali ke Indonesia dalam acara meet and greet Allo Bank awal November 2023.

Diakses pada 20 November 2024 dari https://www.kapanlagi.com/korea/exo-l-siap-siap-baekhyun-exo-akan-kembali-ke-indonesia-dalam-acara-meet-and-greet-allo-bank-awal-november-2023-75f47e.html

Pratiwi, Z. D., Saifudin, A., Wulandari, A. S., dkk. (2022). Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.

Sujarweni, V. W. (2022). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif. Bantul: Pustaka Baru Press.

Syahrial, S., Salsyabilla, M., Putri, E., & Azib. (2022). Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada penggemar K-Pop. Jurnal Bandung Conference Series Business and Management, 2(2).

Thalib, S., & Bachri. (2010). Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif. Jakarta: Kencana Media Group.

Triadanti. (2019). Jadi gaya hidup: Benarkah fans K-Pop kaya raya atau cuma modal kuota? Diakses pada 30 Oktober 2024 dari https://www.idntimes.com/hype/entertainmemt/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cumamodal-kuota#page-2

Trigunawan, A., Rahayu, W. I., & Andarsyah, R. (2020). Regresi Linier untuk Prediksi Jumlah Penjualan terhadap Jumlah Permintaan. Bandung: Kreatif Poltekpos.

Waluyo, S., Feryanto, A., & Haryanto, T. (2008). Ilmu Pengetahuan Sosial: Kelas VII. Jakarta: Kompas Gramedia.

Wardani, L., Meiliyandri, I., & Anggadita, R. (2021). Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.