



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## TESIS

# **HUBUNGAN FANATISME DAN KONTROL DIRI DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA PENGEMAR KPOP**

Oleh :

**ATIKA MARLEF**  
**NIM. 22360223186**

**PROGRAM MAGISTER PSIKOLOGI**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**PEKANBARU**

**2026**



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

## LEMBAR PENGESAHAN

### TESIS

#### **HUBUNGAN FANATISME DAN KONTROL DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA PENGEMAR KPOP**

**OLEH:**

**ATIKA MARLEF**  
NIM. 22360223186

Pembimbing I

Tanggal 25 Nov 2025

**Dr. Hijriyati Cucuani, M.Psi. Psikolog**  
NIP. 198210182009012007

Pembimbing II

Tanggal 06 Des 2025

  
**Dr. Harmaini, M.Si**  
NIP. 19720724 2007011019

Telah dinyatakan memenuhi syarat Munaqasyah  
Pada tanggal: 10/12/2025

**Ketua Program Studi Magister Psikologi**  
**Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**

  
**Dr. Yulita Kurniawati Asra, M.Psi., Psikolog**  
NIP. 19780720 200710 2 003



## LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

### Tesis yang ditulis

Nama : Atika Marlef  
NIM : 22360223186

Judul Tesis : Hubungan Fanatisme dan Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Pada Penggemar K-Pop

Telah dipertahankan di depan panitia ujian Magister Psikologi (S2) Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan disetujui untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Magister Psikologi (M. Psi).

### Diuji Pada

Hari/Tanggal : Rabu, 24 Desember 2025

Bertepatan Dengan : 04 Rajab 1447 H

### TIM PENGUJI

#### Ketua.

Dr. Yuliana Intan Lestari, S.Psi.,MA  
NIP: 198607032011012010

#### Sekretaris.

Dr. Harmaini, M.Si  
NIP: 197207242007011019

#### Penguji I.

Dr. Sri Wahyuni, MA, M.Psi. Psikolog.  
NIP: 198006162006042002

#### Penguji II.

Dr. Masyhuri, M. Si  
NIP: 197711022008011001

#### Penguji III.

Dr. Hijriyati Cucuani, M.Psi. Psikolog  
NIP: 198210182009012007

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : ATIKA MARLEF  
NIM : 22360223186  
Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 12 November 2000  
Fakultas/Pascasarjana : Psikologi/Psikologi S2  
Prodi : Psikologi S2

Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*~~: **HUBUNGAN FANATISME DAN KONTROL DIRI DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA PENGGEMAR K-POP**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 23 Januari 2026  
Yang membuat pernyataan

  
ATIKA MARLEF  
NIM. 22360223186

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmanirrahim

“Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang”

Skripsi ini dipersembahkan untuk..

**Kedua Orangtua Tercinta**

Saya persembahkan karya sederhana ini untuk papa (Efendi S.Pi) dan mama (Dessi Marlinda S.Pd., Gr.) yang sudah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih tiada henti sehingga tidak mungkin dapat dibalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Terima kasih telah mendidik, mempercayai saya untuk menuntut ilmu hingga sejauh ini dan terima kasih untuk segala do'a dan dukungan yang tiada henti.

**Saudara Kandung dan Keluarga,**

Terima kasih kepada adik-adik tersayang Alm. adek Fikri dan adek Al yang menjadi motivasi supaya tetap semangat dalam menyelesaikan proposal.

**Dosen-Dosen Pembimbing,**

Ibu Dr. Hijriyati Cucuani, M.Psi., Psikolog dan Bapak Dr. Harmaini, M.Si yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada saya selama proses penyusunan skripsi.

**Teman-Teman Saya,**

Terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dikala susah.

**Diri Saya Sendiri**

Dengan kerendahan hati yang tulus, bersama keridhaan-mu ya Allah, terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah semangat berjuang dalam melawan rintangan masalah yang kian berganti sampai saat ini dan tetap bersyukur dengan apapun yang telah dimiliki.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

“Belajarlah Al-quran, niscaya kamu tertuntun ke jalan yang benar, dan berbuatlah kebijakan sesuai dengan Al-quran, niscaya kamu menjadi ahlinya.”

**MOTTO**  
(Umar bin Khattab)

“Menyampaikan shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW, membantu menghilangkan kesulitan dan melenyapkan segala cemas.”

(Dr. Aidh Al-Qarni)

“Barang siapa belum merasakan pahitnya belajar walau sebentar, maka akan merasakan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya.”

(Imam Syafi'i)

“Yang membuatku terus berkembang adalah tujuan-tujuan hidupku.”

(Muhammad Ali)

“Rahasia untuk maju adalah memulai.”

(Mark Twain)

“Semua impian kita bisa menjadi kenyataan, jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya.”

(Walt Disney)

“Semua kehidupan adalah eksperimen. Semakin banyak eksperimen yang kamu lakukan, semakin baik.”

(Ralph Waldo Emerson)



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, rasa syukur yang tak terhingga penulis ucapkan kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas rahmat dan karunia-Nya, penyusunan tesis ini dapat selesai tepat waktu, dengan judul **“Hubungan Fanatisme dan Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Penggemar K-Pop”** Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Psikologi (M.Psi) Program Studi Magister Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari tahap awal sampai pada tahap akhir penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Atas bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE, M.Si, Ak, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Lisya Chairani, S.Psi., M.A., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Dr. Diana Elfida, M.Si., Psikolog selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi dan juga merupakan dosen pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan saran kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan sangat baik

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

4. Ibu Dr. Sri Wahyuni, M.A, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan II dan Pengaji I pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan saran kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan sangat baik.
5. Ibu Dr. Hijriyati Cucuani, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan III Fakultas Psikologi dan juga merupakan dosen Pembimbing I telah memberikan masukan, saran dan semangat untuk menyelesaikan proposal ini.
6. Ibu Dr. Yulita Kurniawaty Asra, M.Psi, Psikolog sebagai Ketua Program Studi dan juga merupakan dosen pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan saran kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan sangat baik.
7. Bapak Dr. Harmaini, M.Si sebagai Pembimbing Akademik (PA) dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya dalam membimbing, sabar, memberikan arahan sehingga proposal ini dapat terlesaikan dengan sangat baik.
8. Bapak Dr. Masyhuri, S.Psi., M.Si., sebagai Pengaji II dan dosen pengajar yang telah memberikan masukan, saran dan semangat untuk menyelesaikan tesis ini.
9. Ibu Dr. Yuliana Intan Lestari, M.A sebagai Sekretaris Program Studi dan dosen pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan saran kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan sangat baik.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta m i a k i n i n g s u s k a R i a u

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Semoga segala amal baik yang telah kalian berikan mendapatkan keridhaan dan balasan yang setimpal dari Allah „Azza wa jalla. Maha Benar Allah dalam firman-Nya: **“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sebesar dzarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)-nya.”** (QS. Al-Zalzalah [99]: 7). Akhir kata, penulis mengharapkan tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Amin *Wassalamu ’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pekanbaru, 18 Januari 2026

Penulis



Atika Marlef



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Masalah Penelitian .....	16
1. Identifikasi Masalah .....	16
2. Pembatas Masalah .....	17
3. Rumusan Masalah .....	18
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	18
1. Tujuan Penelitian .....	18
2. Manfaat Penelitian .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>20</b>
A. <i>Impulsive Buying</i> .....	20
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i> .....	20
2. Aspek-aspek <i>Impulsive Buying</i> .....	22
3. Faktor-faktor <i>Impulsive Buying</i> .....	24
4. Tipe-Tipe <i>Impulsive Buying</i> .....	26
B. Fanatisme .....	27
1. Definisi Fanatisme .....	27
2. Aspek-aspek Fanatisme .....	29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Faktor Fanatisme .....	34
<b>C. Kontrol Diri.....</b>	<b>35</b>
1. Definisi Kontrol Diri .....	35
2. Aspek-aspek Kontrol Diri .....	37
3. Jenis-Jenis Kontrol Diri .....	40
4. Faktor-faktor Kontrol Diri.....	40
<b>D. Penelitian Relawan .....</b>	<b>42</b>
<b>E. Kerangka Berpikir.....</b>	<b>46</b>
<b>F. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>50</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Jenis Penelitian .....	51
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
D. Variabel Penelitian.....	53
E. Definisi Operasional .....	54
F. Teknik Dan Instrument Pengumpulan Data.....	56
1. Teknik Pengumpulan Data.....	56
2. Instrument Pengumpulan Data .....	56
G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	63
H. Teknik Analis Data .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
1. Pelaksanaan Penelitian .....	70
2. Deskripsi Demografis Subjek .....	71
B. Hasil Analisis Data .....	73
1. Hasil Uji Asumsi .....	73
2. Hasil Uji Hipotesis .....	76
3. Deskripsi Kategori Data Penelitian .....	78
4. Analisis Tambahan.....	82
C. Pembahasan .....	88
D. Kekuatan dan Keterbatasan Penelitian .....	104



UIN SUSKA RIAU

© Bak ciptaan		
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>105</b>	
A. Kesimpulan .....	105	
B. Saran .....	106	
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>119</b>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

	Tabel 3. 1. Blue Print <i>Skala Fanatisme (Sebelum Try Out)</i> .....	58
	Tabel 3. 2 Sistem Penilaian Skala Fanatisme .....	58
	Tabel 3. 3 <i>Blue Print Skala Kontrol Diri (Sebelum Try Out)</i> .....	60
	Tabel 3. 4 Sistem Penilaian Skala Kontrol Diri .....	60
	Tabel 3. 5 <i>Blue Print Skala Impulsive Buying (Sebelum Try Out)</i> .....	62
	Tabel 3. 6 Sistem Penilaian Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	62
	Tabel 3. 7 <i>Blue Print Skala Fanatisme</i> .....	65
	Tabel 3. 8 <i>Blue Print Skala Kontrol Diri</i> .....	66
	Tabel 3. 9 <i>Blue Print Skala Impulsive Buying</i> .....	67
	Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
	Tabel 4. 1 Data Demografis Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
	Tabel 4. 2 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia .....	71
	Tabel 4. 3 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan .....	72
	Tabel 4. 4 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Status Keanggotaan Fandom .....	72
	Tabel 4. 5 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Durasi Menjadi Penggemar K-Pop .....	72
	Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas .....	74
	Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas .....	74
	Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolonieritas .....	75
	Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis Pertama dan Kedua .....	77
	Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis ketiga .....	78
	Tabel 4. 11 Norma kategorisasi .....	79
	Tabel 4. 12 Data Hipotetik dan Empirik Variabel Fanatisme .....	80
	Tabel 4. 13 Kategorisasi Variabel Fanatisme .....	80
	Tabel 4. 14 Data Hipotetik dan Empirik Variabel Kontrol Diri .....	81
	Tabel 4. 15 Kategorisasi Variabel Kontrol Diri .....	81
	Tabel 4. 16 Data Hipotetik dan Empirik Variabel Impulsive Buying .....	82

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4. 17	Kategorisasi Variabel Impulsive Buying .....	82
Tabel 4. 18	Sumbangan Efektif Variabel Secara Simultan.....	83
Tabel 4. 19	Sumbangan Relatif Aspek Fanatisme .....	84
Tabel 4. 20	Uji Perbedaan impulsive buying Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4. 21	Uji Perbedaan impulsive buying Berdasarkan Usia .....	86
Tabel 4. 22	Uji Perbedaan impulsive buying Berdasarkan Status Keanggotaan Fandom .....	87
Tabel 4. 23	Uji Perbedaan impulsive buying Berdasarkan Durasi Menjadi Penggemar K-Pop.....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 11. Perilaku Impulsive Buying Penggemar K-Pop .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	50
Gambar 3.1 Desain Jenis Penelitian.....	51
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	76

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Lembar Validasi.....	119
LAMPIRAN B	Skala Tryout.....	142
LAMPIRAN C	Tabulasi Data Tryout .....	148
LAMPIRAN D	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	161
LAMPIRAN E	Skala Penelitian .....	171
LAMPIRAN F	Tabulasi Data Penelitian .....	177
LAMPIRAN G	Data Demografis Subjek Tryout dan Penelitian .....	199
LAMPIRAN H	Uji Asumsi Klasik.....	211
LAMPIRAN I	Uji Hipotesis .....	214
LAMPIRAN J	Deskripsi Kategorisasi Data Penelitian.....	216
LAMPIRAN K	Analisis Tambahan .....	218
LAMPIRAN L	Verbatim Wawancara Awal (Prariset).....	226
LAMPIRAN M	Surat-surat Penelitian.....	233

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **PEDOMAN TRANSLITERASI**

Di dalam naskah tesis ini banyak dijumpai nama dan istilah yang berasal dari bahasa Arab yang ditulis dengan huruf Latin. Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	A	Konsonan rangkap ( <i>tashdīd</i> )
ب	ba	b	ditulis rangkap:
ت	ta	t	
ث	tha	th	Contoh: مقدمة = muqaddimah
ج	ja	j	
ح	ha	h	
خ	kha	kh	Vokal :
د	da	d	1. Vokal tunggal ( <i>fathah</i> ) di
ذ	dha	dh	tulis “a” ( ۰ ۱ )
ر	ra	r	( <i>Kasrah</i> ) ditulis
ز	za	z	“i” ( ۰ ۲ )
س	sa	s	( <i>dammah</i> ) ditulis “ u “ ( ۳ )
ش	sha	sh	2. Vokal panjang
ص	ṣa	ṣ	ا dan <i>fathah</i> ditulis “ ܰ ”.
ض	ḍa	ḍ	و and <i>dammha</i> ditulis “ ܰ ”.
ط	ṭa	ṭ	ي and <i>kasrah</i> ditulis “ ܰ ”.
ظ	ẓa	ẓ	Ta marbutoh selalu ditulis “ ܰ ”.
ع	‘a	‘	
ف	gha	gh	
ق	fa	f	
ك	qa	q	
ل	ka	k	
م	la	l	
ن	ma	m	
و	na	n	
ه	wa	w	
ء	ha	h	
ي	‘a	‘	
	ya	Y	



UIN SUSKA RIAU

©

## HUBUNGAN FANATISME DAN KONTROL DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA PENGEMAR K-POP

ATIKA MARLEF

Magister Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

[atikamarlef@gmail.com](mailto:atikamarlef@gmail.com)

### ABSTRAK

*Impulsive buying* merupakan pembelian yang dilakukan secara spontan, cepat, tanpa perencanaan, dan seringkali didorong oleh emosi sesaat, yang dialami oleh penggemar K-Pop dalam konteks pembelian produk-produk yang berkaitan dengan idolanya, seperti album, *merchandise*, tiket konser, dan produk *endorse*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan fanatisme dan kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop. Partisipan dalam penelitian ini ialah 217 penggemar K-Pop di Pekanbaru yang diambil dengan menggunakan *quota sampling*. Riset ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Instrument yang digunakan berupa skala fanatisme, skala kontrol diri, dan skala *impulsive buying* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linear berganda. Hasil analisis korelasi *product moment* menunjukkan bahwa semua variabel berkorelasi signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara fanatisme dengan *impulsive buying* ( $r = 0.604$ ,  $p = 0.000$ ), serta hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* ( $r = -0.464$ ,  $p = 0.000$ ). Secara simultan, antara fanatisme dan kontrol diri memiliki kontribusi yang signifikan dengan *impulsive buying* ( $R^2 = 0.537$ ,  $P = 0.000$ ), yang berarti bahwa (53,7%) *impulsive buying* dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi fanatisme dan semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi *impulsive buying* pada penggemar K-Pop.

Kata Kunci: Fanatisme, Kontrol Diri, *Impulsive Buying*, Penggemar K-Pop

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

## THE RELATIONSHIP BETWEEN FANATICISM AND SELF-CONTROL WITH IMPULSIVE BUYING AMONG K-POP FANS

ATIKA MARLEF

Master of Psychology, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

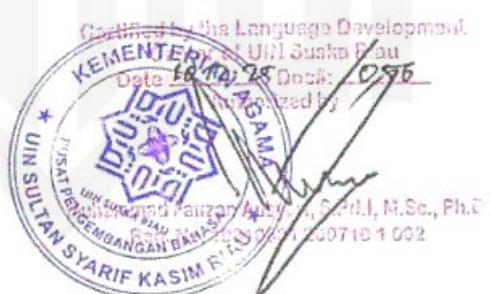
atikamarlef@gmail.com

## ABSTRACT

*Impulsive buying* refers to spontaneous, rapid, and unplanned purchases often driven by momentary emotions. This behavior is commonly observed among K-Pop fans when purchasing idol-related products such as albums, merchandise, concert tickets, and endorsed items. This study aims to examine the relationship between fanaticism and self-control with impulsive buying among K-Pop fans. The participants consisted of 217 K-Pop enthusiasts in Pekanbaru, selected using quota sampling. This research employed a quantitative correlational design. Instruments included validated and reliable scales measuring fanaticism, self-control, and impulsive buying. Data analysis was conducted using multiple linear regression. Pearson product-moment correlation results indicated significant associations among all variables. Specifically, fanaticism showed a significant positive correlation with impulsive buying ( $r = 0.604, p = 0.000$ ), while self-control exhibited a significant negative correlation with impulsive buying ( $r = -0.464, p = 0.000$ ). Simultaneously, fanaticism and self-control contributed significantly to impulsive buying ( $R^2 = 0.537, p = 0.000$ ), explaining 53.7% of its variance. These findings suggest that higher levels of fanaticism combined with lower levels of self-control lead to increased impulsive buying among K-Pop fans.

**Keywords:** Fanaticism, Self-control, Impulsive buying, K-Pop fans

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



## العلاقة بين الفانامية وضبط النفس والشراء الاندفاعي (Impulsive buying) لدى محبي الكيبوب (k-pop)

أٌتِيكَا مارليف

ماجستير علم النفس، جامعة السلطان الشريف قاسم الإسلامية الحكومية، رياو  
atikamarlef@gmail.com

### الملخص

الشراء الاندفاعي هو عملية شراء يتم بشكل عفوياً وسريعاً وبدون تخطيط، وغالباً ما تكون مدفوعة بمثابرة مؤقتة يعني منها عشاق الكيبوب في سياق شراء منتجات مرتبطة بنجومهم، مثل الألبومات، البضائع، تذاكر الحفلات، ومنتجات الدعم. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين التعلق والسيطرة على النفس والشراء الاندفاعي لدى محبي الكيبوب. كان المشاركون في هذه الدراسة 217 من محبي الكيبوب في بيكابارو تم أخذهم باستخدام أخذ عينات من الكوتا. هذا البحث هو بحث كمي ارتباطي. الأدوات المستخدمة هي مقياس التعلق، وقياس ضبط النفس، وقياس شراء انفعالي تم اختباره من حيث الصلاحية والموثوقية. تم إجراء تحليل البيانات باستخدام تقنيات انحدار خطى متعددة. أظهرت نتائج تحليل الارتباط بعزم المنتج أن جميع المتغيرات كانت مترابطة بشكل ملحوظ. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التعلق والشراء الاندفاعي ( $r = 0.604, p = 0.000$ ، بالإضافة إلى علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين ضبط النفس والشراء الاندفاعي ( $r = -0.464, p = 0.000$ ). في الوقت نفسه، كان للتعلق وضبط النفس مساهمة كبيرة في الشراء الاندفاعي ( $R^2 = 0.537, p = 0.000$ )، مما يعني أن (7.53%) يمكن تفسير الشراء الاندفاعي بكل المتغيرين. تظهر هذه الدراسة أنه كلما زاد التعلق وأنخفضت ضبط النفس، زاد الشراء الاندفاعي لدى عشاق الكيبوب.

**الكلمات المفتاحية:** الفانامية، ضبط النفس، الشراء الاندفاعي، محبو الكيبوب



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB I****PENDAHULUAN****A. Latar Belakang**

Fenomena *Korean Wave* di Indonesia telah melanda generasi muda yang pada umumnya menyukai *K-Drama* dan *K-Pop* (Nastiti, 2010). *K-Pop* telah menjadi tren yang terbilang sudah lama bertahan dan paling banyak digemari di Indonesia. *K-Pop* mulai berkembang di Indonesia sejak 2010 (Situmorang, 2020). Penggemar *K-Pop* disebut dengan *K-Popers* (*Korean Pop Lovers*) (Ayunita & Andriani, 2018). Seiring berjalannya waktu jumlah *K-Popers* di seluruh dunia termasuk di Indonesia semakin banyak. Sebutan lain dari sekelompok penggemar adalah fandom (Ayunita & Andriani, 2018). Fandom merupakan istilah yang ditujukan pada subkultur penggemar yang berpikiran sama, ditandai oleh perasaan kedekatan dengan orang lain serta memiliki minat yang sama (Thorne & Bruner, 2006). Setiap grup *K-Pop* memiliki fandomnya tersendiri, penggemar akan bergabung kedalam fandom yang sesuai dengan idol yang disukainya.

Para *K-Popers* sering menghabiskan banyak uang, waktu serta tenaga untuk segala hal yang berkaitan dengan idolanya, mulai dari membeli banyak album, *merchandise* idola, *photocard* dan lain-lainnya. Nursanti (2013) mengatakan bahwa penggemar *K-Pop* dikenal sangat loyal terhadap idolanya, mereka tidak keberatan menghabiskan banyak uang guna membeli berbagai macam serba-serbi yang berhubungan dengan idolanya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pergeseran makna dalam membeli mulai dari kebutuhan sekarang bergeser kepada kesenangan. Hal ini juga diungkapkan oleh Sumartono (2002) bahwa bahwa penggemar K-Pop cenderung membeli berbagai produk terkait idolanya demi memperoleh rasa puas dan senang, sehingga perilaku membeli tidak lagi didasari kebutuhan, tetapi lebih pada keinginan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Charistia et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pembelian oleh penggemar merupakan bentuk pemenuhan keinginan semata yang didorong oleh emosi sesaat tanpa mempertimbangkan nilai fungsi maupun nilai tukar dari barang tersebut. Hal ini dalam psikologi disebut *impulsive buying*.

Khelsea et al. (2021) menjelaskan bahwa penggemar K-Pop di Surabaya yang melakukan *impulsive buying* mengaku mengambil keputusan pembelian secara cepat dan spontan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan, kualitas, maupun harga dari merchandise yang berkaitan dengan idolanya. Tindakan membeli secara spontan ini juga dipicu oleh mudahnya akses ke berbagai toko *offline* maupun *online* yang menyediakan *merchandise* K-Pop, sehingga penggemar dapat dengan cepat memperoleh barang yang diinginkan dan merasakan kesenangan, meskipun mengabaikan dampak yang mungkin muncul di kemudian hari.

Fenomena ini tampak dalam berbagai bentuk, seperti pembelian album dalam jumlah besar hanya untuk mendapatkan *photocard* anggota favorit, pembelian *merchandise* konser secara tiba-tiba karena terpengaruh atmosfer acara, hingga keputusan membeli produk komersial yang diiklankan oleh idola

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai bentuk loyalitas emosional. Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan oleh industri hiburan Korea, seperti sistem *pre-order*, produk edisi terbatas, dan bonus eksklusif, semakin memperkuat dorongan impulsif dalam diri konsumen. Pengaruh media sosial dan dinamika komunitas fandom juga memainkan peran penting dalam memicu pembelian impulsif, di mana individu terdorong untuk mengikuti tren pembelian guna mempertahankan status sosial dalam kelompok penggemar. Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan bahwa pembelian impulsif di kalangan penggemar K-Pop tidak hanya merupakan tindakan konsumtif biasa, melainkan suatu perilaku kompleks yang berkaitan erat dengan aspek psikologis, sosial, dan budaya dalam konteks identitas dan afiliasi kelompok.

Berdasarkan unggahan di media sosial Twitter, akun @SoundOfYogi menyebutkan bahwa seorang remaja SMP sampai rela berutang sekitar 3.000.000 rupiah untuk membeli *merchandise* K-Pop. Akun lain, @ayamgepri, juga menuturkan bahwa ia pernah berbelanja secara impulsif dengan membeli dua album Cravity secara *online* pada tengah malam. Selain itu, dalam wawancara CNBC Indonesia dengan salah satu penggemar K-Pop di Indonesia, penggemar tersebut mengaku telah menghabiskan ratusan juta rupiah demi idolanya. Penggemar tersebut sering membelanjakan uangnya untuk membeli merchandise seperti album musik, kaos, jaket, pulpen, hingga mengunjungi Korea Selatan beberapa kali (Khairunnisa et al., 2021).

Selanjutnya, berdasarkan data pembeli dari online shop <https://shopee.co.id/yustikaokta> dan di twitter dengan nama akun:

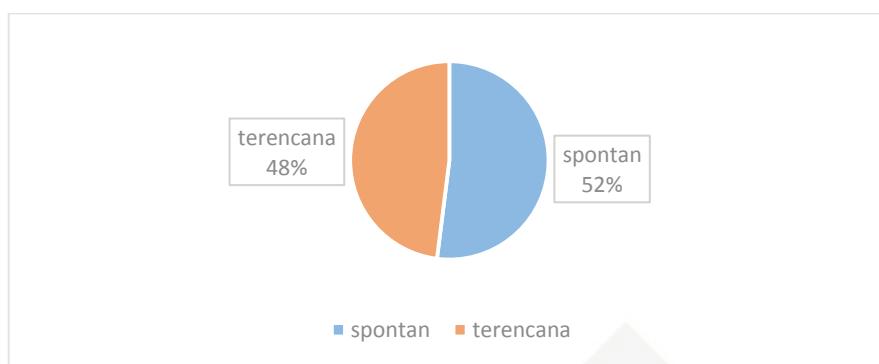
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@thxforborning, menunjukkan bahwa banyak penggemar K-Pop yang membeli *merchandise* idola K-Pop mereka. Sebagian besar dari penggemar melakukan *impulsive buying*. Padahal *impulsive buying* dapat menimbulkan kebiasaan buruk, yaitu hilangnya kemampuan seseorang untuk mengatur keuangan dengan baik (Khelsea et al. 2021).

*Impulsive buying* merupakan fenomena kompleks dalam psikologi konsumen, yang ditandai dengan pembelian spontan yang didorong oleh keinginan langsung atau dorongan emosional (Verplanken & Herabadi, 2001). Perilaku ini dipengaruhi oleh banyak faktor psikologis, termasuk sifat individu, pemicu situasional, dan kondisi emosional. Pemayun dan Ekawati (2016) menjelaskan bahwa *impulsive buying* muncul ketika seseorang memiliki dorongan kuat untuk membeli suatu produk atau jasa dan langsung melakukan pembelian tersebut tanpa memikirkan kebutuhan lain terlebih dahulu. Hal ini muncul saat individu tiba-tiba merasa tergoda untuk membeli sesuatu tanpa memikirkan akibat atau apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan. Sementara itu, Verplanken dan Sato (2011) menegaskan bahwa *impulsive buying* muncul ketika seseorang merasakan desakan yang sangat kuat untuk segera melakukan pembelian.

Selain itu peneliti juga melakukan survei mengenai pembelian *merchandise* secara *online* pada penggemar K-Pop pada tanggal 29 Oktober- 3 November 2023 terhadap 52 responden, diketahui 27 responden pernah melakukan pembelian *merchandise* secara spontan dan merasa senang setelah melakukan pembelian tersebut.



**Gambar 1.1 Perilaku *Impulsive Buying* Penggemar K-Pop**

Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa sebanyak 52% penggemar K-Pop pernah melakukan pembelian merchandise secara spontan dan 48% penggemar K-Pop melakukan pembelian secara terencana. Verplanken dan Herabadi (2001) menjelaskan bahwa *impulsive buying* adalah tindakan membeli secara tiba-tiba dan tanpa perencanaan, yang disertai dengan pertengangan batin serta dorongan emosional. Rasa senang yang muncul setelah melakukan pembelian tanpa rencana termasuk ke dalam aspek afektif, salah satu aspek *impulsive buying* menurut Verplanken dan Herabadi (2001).

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara pada tanggal 18 Januari 2025 kepada tiga orang penggemar *K-Pop* di Pekanbaru mengenai produk *K-Pop* yang telah mereka beli yang berkaitan dengan idolanya, mereka mengatakan:

*“Beli album 2 kali, beli pc 1 kali, totalnya kurang lebih sejutaan laa”* (VI/18 Januari 2025).

*“Album semua, untuk totalnya nyaris sejuta..pernah ikut konser online juga, kalau gak salah 40 ribu aku bayarnya”* (AS/18 Januari 2025).

*“Album NCT aku ada 15 kali 300 ribu, album lengkap selain NCT 3 total 900 ribu, album only ada 4 totalnya 400 ribu, merchandise 2 biji 300 ribu, PC yang aku beli 13 biji 120 ribu satu. Total semuanyaaaa 7.660.000”* (RD/18 Januari 2025).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari hasil wawancara di atas dapat diindikasikan bahwa mereka rela mengeluarkan banyak biaya untuk idolanya. Berdasarkan hasil dari wawancara tersebut diketahui bahwa penggemar K-Pop biasanya membeli barang K-Pop yang berhubungan dengan idola mereka, seperti album, *photocard*, tiket konser, dan berbagai *merchandise* K-Pop lainnya yang berhubungan dengan idola mereka. Selanjutnya mereka juga mengungkapkan alasan pembelian tersebut dan mengungkapkan perasaan mereka setelah melakukan pembelian tersebut, mereka mengatakan:

*“Khilaf aku... abis belanja nyesal, tapi abis tu pengen beli lagi wkwk.. pas dah unboxing album kayak mikir, apalah gunanya aku beli ini.. kesenangan sesaat aja sih, abis unboxing juga disimpan lagi merchnya. Tapi kalo lagi gabut aku buka lagi tu album kkk”* (VI/18 Januari 2025).

*“Gak ada alasan cuma pengen beli aja. Senang aja sih. Iya senang aja tiap abis beli”* (AR/18 Januari 2025).

*“Kepingin aja namanya juga suka kkk... abis beli aku simpan lagi aku plastikin juga biar gak kuning-kuning dia.. hiburan? Aku senang pas ngeliatnya wkwkw”* (RD/18 Januari 2025).

Berdasarkan wawancara tersebut dapat diindikasikan bahwa mereka membeli barang K-Pop hanya karena keinginan semata bukan karena membutuhkannya dan tak jarang barang tersebut kemudian disimpan lagi. Selanjutnya mereka mengungkapkan muncul perasaan senang setelah membeli barang tersebut. Salah satu penggemar juga mengungkapkan ada perasaan menyesal setelah membeli barang tersebut. Hal ini terjadi karena penggemar terlanjur menyukai sehingga pembelian dilakukan bukan atas dasar kebutuhan tetapi karena ingin memperoleh kepuasan dan kesenangan semata (Sumartono, 2002). Pembelian yang terjadi akibat dorongan dan keinginan yang kuat secara tiba-tiba untuk membeli sesuatu dengan segera,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disertai dengan konflik emosional, dan seringkali mengabaikan akibat yang diperoleh, disebut *impulsive buying* (Rook, 1987).

*Impulsive buying* dapat menimbulkan sejumlah dampak negatif, seperti pemborosan, meningkatnya pengeluaran, munculnya rasa penyesalan terkait kondisi keuangan, dorongan berbelanja hanya untuk memanjakan diri tanpa perencanaan, serta rasa kecewa setelah membeli produk secara berlebihan (Tinarbuko, 2006). Selain itu, masalah keuangan akibat perilaku ini dapat memicu ketidaknyamanan yang bertentangan dengan kondisi kesehatan mental yang baik (Mukaromah et al., 2021). Safirah (2016) juga menyatakan bahwa kebiasaan membeli secara cepat dan tanpa perencanaan dapat menimbulkan dampak negatif berupa rasa bersalah, terutama ketika individu menyadari bahwa barang yang dibeli jarang atau bahkan tidak pernah digunakan.

Secara umum, manusia membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam ajaran Islam, perilaku boros mendapat peringatan dalam Al-Qur'an agar seseorang membelanjakan hartanya sesuai ketentuan syariat, tidak berlebihan maupun terlalu pelit. Sikap inilah yang disebut sebagai hidup sederhana. Dalam QS. Al-Isra' ayat 27 yang artinya: "Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhan" ( : Q.S Al-Isra [17] : 27). Syaikh Dr. Muhammad Sulaiman Al Asyqar menafsirkan ayat ini sebagai berikut : Dan berlebih-lebih dalam membelanjakan harta merupakan bagian dari godaan setan, sehingga jika ada orang yang melakukannya maka ia telah mentaati dan mengikuti setan. Yang

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

tidak berbuat kecuali keburukan dan tidak menyuruh kecuali menyuruh untuk berbuat keburukan. Dan orang yang menghambur-hamburkan harta adalah orang yang sangat ingkar terhadap nikmat Allah.

Selain itu, larangan untuk berperilaku berlebihan juga di jelaskan dalam Q.S Al-A'raf [7] ayat 31 yang artinya: "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan" (Q.S Al-A'raf: 31). Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili menafsirkan ayat tersebut dengan menjelaskan bahwa manusia diperintahkan untuk berhias dan menutup aurat ketika melaksanakan salat dan thawaf. Mereka diperbolehkan makan dan minum selama tidak melampaui batas atau bersikap boros. Allah tidak menyukai sikap berlebihan dan meridhai hamba-Nya yang menghalalkan apa yang halal dan meninggalkan apa yang diharamkan.

Dari ayat-ayat tersebut dapat dipahami bahwa Islam mengajarkan umatnya untuk mengonsumsi barang sesuai kebutuhan, menghindari pemborosan, dan tidak berlebihan. Dalam konteks perilaku membeli, Islam menekankan pentingnya mempertimbangkan manfaat barang atau jasa yang digunakan. Karena itu, perilaku konsumsi berlebihan perlu dicegah dan ditangani dengan bijak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asrie dan Misrawati (2020) diketahui bahwa faktor yang menyebabkan terjadinya *impulsive buying* pada penggemar K-Pop adalah faktor emosi dan perasaan yang mendalam seorang penggemar terhadap idolanya. Perasaan cinta yang sangat dalam terhadap

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

celebriti yang diidolakan dapat menciptakan sebuah keyakinan dan pemahaman berupa hubungan, kesetiaan, dan pengabdian terhadap sang idola (Seregina et al., 2011). Fanatisme dapat dipahami sebagai bentuk pengabdian yang sangat tinggi terhadap suatu objek, yang di dalamnya terdapat dorongan emosional, kedekatan, serta komitmen yang kuat hingga melampaui batas rata-rata (Chung et al., 2008). Penggemar biasanya memiliki dorongan besar untuk membeli berbagai produk yang berkaitan dengan idola sebagai sarana mengekspresikan diri. Secara tidak langsung, perilaku mereka merupakan bentuk nyata dari konsumsi yang dipengaruhi oleh tingkat fanatisme tersebut (Raudah et al., 2025).

Fanatisme dapat diartikan sebagai bentuk keterikatan yang berlebihan terhadap suatu objek atau seseorang. Keterikatan ini mencakup dorongan kuat, rasa kedekatan, dan komitmen yang sangat tinggi hingga melampaui batas kewajaran pada umumnya. Objek tersebut dapat berupa satu atau beberapa merek, barang, figur publik seperti selebriti, program televisi, maupun aktivitas konsumsi lainnya (Widarti, 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmed and Nasir (2024) diketahui bahwa pembeli yang memiliki fanatisme cenderung memiliki keterikatan emosional yang kuat. Hal ini membuat mereka lebih rentan untuk melakukan *impulsive buying*, karena mereka merasa ter dorong untuk membeli produk yang sesuai dengan identitas dan preferensi mereka. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Umar et al (2023), dimana fanatisme dapat memicu perilaku *impulsive buying*. Konsumen

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang fanatik cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan ketika dihadapkan pada produk yang dikaitkan dengan idolanya.

Fanatisme terhadap idola K-Pop secara signifikan meningkatkan perilaku *impulsive buying* di kalangan penggemar. Fanatisme atau *celebrity worship* membuat penggemar menjadi sangat terikat secara emosional dengan idolanya, sehingga mereka cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan, terutama saat idola mereka merilis produk baru seperti album atau merchandise (Rahmah et al., 2023; Aurelia & Oktaviana, 2023; Fadillah & Ratnasari, 2023).

Menurut Brooks (2021), fanatisme terhadap selebriti dikenal sebagai *celebrity worship*. Penelitian Asrie dan Misrawati (2020) mengenai *celebrity worship* dan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop Idol menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Artinya, tingkat *celebrity worship* yang lebih tinggi berpengaruh terhadap kecenderungan melakukan pembelian *merchandise* idola secara impulsif pada para penggemar grup K-Pop.

Penelitian ini difokuskan pada fenomena fanatisme di kalangan penggemar K-Pop. *Celebrity worship* merupakan salah satu bentuk spesifik dari fanatisme, yaitu pemujaan terhadap figur publik atau selebritas. Namun, fanatisme memiliki makna yang lebih luas dan tidak hanya terbatas pada individu, melainkan juga dapat diarahkan pada merek, komunitas penggemar, tim olahraga, dan sebagainya (McCutcheon et al., 2002). Sejumlah studi menunjukkan bahwa fanatisme dapat meningkatkan dorongan emosional serta

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menurunkan kemampuan pengendalian diri dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen yang fanatik cenderung melakukan pembelian secara impulsif sebagai wujud loyalitas atau keterikatan emosional mereka (Park et al., 2007).

Hal ini sejalan dengan temuan Fadillah dan Ratnasari (2023), fanatisme secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif, termasuk *impulsive buying* di kalangan penggemar. Penggemar yang sangat mengabdikan diri pada *boy band*, misalnya, menunjukkan kecenderungan kuat untuk melakukan pembelian barang dagangan yang impulsif, boros, dan tidak rasional karena minat dan keterikatan emosional mereka yang kuat terhadap grup tersebut. Penggemar sering merasa bahwa membeli barang dagangan adalah cara untuk mengekspresikan identitas mereka sebagai "penggemar sejati", yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian spontan tanpa mempedulikan harga atau kebutuhan (Nafeesa & Novita, 2021; Rahmah et al., 2023). Fanatisme menjadi salah satu faktor yang mendorong individu melakukan *impulsive buying*, karena perilaku tersebut dipicu oleh dorongan emosional (Pradana & Suparna, 2016).

Thorne dan Bruner (2006) menjelaskan bahwa salah satu alasan utama penggemar, khususnya penggemar K-Pop, membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola mereka adalah adanya ciri fanatisme berupa dorongan untuk memiliki segala sesuatu yang berhubungan dengan figur yang mereka kagumi. Pengeluaran untuk membeli *merchandise* menjadi bentuk nyata dari karakteristik tersebut, yaitu keinginan kuat untuk mengumpulkan berbagai hal

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terkait objek fanatik mereka. Individu yang terdorong untuk membeli biasanya mencari rasa senang yang disertai makna emosional seperti cinta, penghargaan, pengakuan, dan status, serta keinginan untuk merasa lebih dekat dengan idola mereka (Damasta & Dewi, 2020).

Ekspresi atau perilaku fanatisme dapat muncul secara sadar maupun tidak sadar sebagai bentuk ungkapan cinta terhadap sesuatu yang dianggap paling sesuai bagi diri mereka (Situmorang, 2020). Fanatisme juga dipahami sebagai keyakinan yang sangat kuat terhadap objek tertentu yang disertai sikap berlebihan. Sikap ini terlihat melalui berbagai aktivitas, antusiasme yang sangat tinggi, keterikatan emosional, serta rasa cinta dan minat mendalam yang berlangsung dalam jangka waktu panjang (Eliani et al., 2018).

Fanatisme menyebabkan penggemar merasa perlu menunjukkan dukungan dan kecintaan mereka melalui pembelian barang-barang terkait idola, bahkan jika pembelian tersebut tidak direncanakan dan bersifat impulsif (Rahmah et al., 2023; Aurelia & Oktaviana, 2023; Fadillah & Ratnasari, 2023). Fanatisme merupakan alasan menguat prilaku penggemar. Fanatisme berawal dari rasa suka yang sangat kuat, yang tampak melalui antusiasme tinggi yang ditunjukkan penggemar ketika sesuatu berhubungan dengan idola mereka, karena fanatisme biasanya dikaitkan dengan antusiasme yang berlebihan terhadap objek yang dikagumi (Chung et al., 2008). Janah (2014) juga menyatakan bahwa tingkat fanatisme tersebut mendorong penggemar untuk memiliki dorongan membeli atau mendapatkan berbagai barang yang berkaitan dengan idola mereka.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Selain fanatisme, kontrol diri juga menjadi faktor penting yang dapat memicu terjadinya *impulsive buying* (Ratnaningtyas & Prahandini, 2022). Untuk mencegah perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan, seseorang memerlukan kemampuan dalam mengatur serta mengarahkan keputusan belanjanya. Antonides (dalam Dewandari & Putri, 2021) menjelaskan bahwa kontrol diri berperan besar dalam proses membeli karena dapat membimbing individu untuk bertindak lebih positif. Ketika individu kurang mampu mengendalikan diri saat berbelanja, mereka cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif (Charan & Rahayu, 2022). Oleh sebab itu, kemampuan mengelola dan mengarahkan keputusan pembelian menjadi hal yang penting dalam menekan perilaku impulsif tersebut.

Tangney et al. (2004) menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk menahan atau mengarahkan kembali dorongan dalam dirinya, menghindari perilaku yang tidak diinginkan, serta menjauhi tindakan yang berpotensi menimbulkan dampak negatif. Penelitian Rini (2013) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop. Artinya, semakin baik kontrol diri seseorang, semakin kecil kecenderungannya untuk melakukan pembelian impulsif. Sebaliknya, ketika kontrol diri melemah, peluang terjadinya *impulsive buying* menjadi lebih besar. Dengan demikian, penggemar K-Pop yang mampu mengendalikan dirinya cenderung tidak mudah tergoda untuk membeli barang secara spontan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setiap orang memiliki tingkat kontrol diri yang berbeda. Individu dengan kontrol diri rendah biasanya kesulitan mempertimbangkan konsekuensi dari tindakannya, sedangkan mereka yang memiliki kontrol diri tinggi lebih mampu menilai perilaku yang tepat dalam berbagai situasi (Abdillah & Ramadhani, 2024). Charistia et al. (2022) juga menegaskan bahwa individu dengan kontrol diri yang baik mampu mengarahkan perilakunya menuju konsekuensi yang lebih positif.

Donald (2007) menemukan bahwa individu dengan perilaku *impulsive buying* umumnya memiliki kontrol diri yang sangat lemah, sehingga mereka sulit menahan dorongan untuk membeli. Bas dan Herabadi (2001) juga menunjukkan bahwa *impulsive buying* muncul akibat tindakan membeli yang didorong oleh hasrat dan keinginan kuat. Stephen dan Lowenstein (1991) menambahkan bahwa keputusan membeli sering kali merupakan hasil dari pertentangan antara keinginan dan kontrol diri.

Penelitian O'Guinn dan Faber (1989) mengungkapkan bahwa orang yang cenderung melakukan *impulsive buying* biasanya kurang mampu mengendalikan diri dan tampak tidak terlalu memikirkan barang yang telah mereka beli. Sementara itu, Roy (2002) menjelaskan bahwa kontrol diri mencerminkan kemampuan seseorang untuk menahan dorongan membeli, dan bahwa emosi negatif juga dapat melemahkan kontrol diri sehingga individu terdorong membeli sesuatu demi merasa lebih baik.

Afandi dan Hartati (2017) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan faktor penting dalam mencegah terjadinya pembelian impulsif. Gailliot et al.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(2007) juga menegaskan bahwa kontrol diri berperan dalam mengatur pikiran, emosi, dorongan, serta perilaku individu. Penelitian Roberts dan Manolis (2012) sejalan dengan temuan tersebut, yaitu bahwa kontrol diri memiliki pengaruh terhadap *impulsive buying*. Semakin tinggi kemampuan kontrol diri seseorang, semakin kecil kecenderungannya untuk melakukan pembelian impulsif. Sebaliknya, ketika kontrol diri melemah, individu menjadi lebih mudah ter dorong untuk bertindak impulsif.

Sejumlah studi menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi kemampuan individu dalam mengontrol diri, semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara impulsif, begitu pula sebaliknya (Fitriyana et al., 2023; Putrianti et al., 2022; Pradana et al., 2025). Penelitian yang dilakukan pada remaja penggemar K-Pop di Indonesia juga mengungkapkan bahwa lemahnya kontrol diri membuat seseorang lebih rentan terlibat dalam perilaku konsumtif dan impulsif, khususnya saat membeli merchandise yang berhubungan dengan idola mereka (Fitriyana et al., 2023; Sari & Wibowo, 2024; Pradana et al., 2025).

Meskipun penelitian mengenai perilaku *impulsive buying* telah banyak dilakukan, sebagian besar studi terdahulu hanya berfokus pada satu aspek psikologis saja, seperti fanatisme, identitas kelompok, atau dorongan emosional dalam diri penggemar. Sementara itu, penelitian mengenai kontrol diri lebih banyak dikaji pada konteks perilaku ekonomi secara umum dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak spesifik pada fenomena fandom. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian dalam memahami bagaimana dua faktor psikologis yang secara teoretis saling bertolak belakang, yaitu: fanatisme sebagai dorongan emosional dan kontrol diri sebagai mekanisme pengendalian perilaku yang dapat bekerja secara simultan dalam memengaruhi *impulsive buying*. Penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan kedua variabel dalam satu model untuk melihat dinamika keduanya pada penggemar K-Pop di Pekanbaru. Temuan yang diharapkan bukan hanya memberikan pemahaman baru tentang perilaku konsumtif penggemar, tetapi juga memberikan gambaran kontekstual mengenai bagaimana penggemar di Pekanbaru menyeimbangkan antara emosi dan kontrol diri saat berbelanja. Sehingga hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Hubungan Fanatisme dan Kontrol Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Penggemar Kpop”

**B. Masalah Penelitian****1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan landasan latar belakang yang sudah digambarkan, maka masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Tingginya minat pembeli *merchandise* kpop yang dilakukan penggemar untuk memenuhi keinginannya mengoleksi berbagai macam *merchandise* kpop, seperti album, *photocard*, dan berbagai macam barang lainnya yang berhubungan dengan idolanya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Impulsive buying* yang dilakukan penggemar dapat mengebabkan pembengkakan pengeluaran.
- c. Salah satu faktor yang menyebabkan *impulsive buying* pada penggemar disebabkan oleh perasaan mendalam yang dimilikinya terhadap idolanya.
- d. Fanatisme yang terjadi pada penggemar merupakan alasan menguatnya prilaku penggemar.
- e. Seseorang dengan kontrol diri yang rendah biasanya sulit menahan dorongan untuk membeli suatu barang. Sebaliknya, individu yang memiliki kontrol diri kuat cenderung lebih mampu mengendalikan keinginannya untuk berbelanja.
- f. Penggemar K-Pop melakukan *impulsive buying* karena tingginya fanatisme dan rendahnya control diri pada penggemar K-Pop
- g. Belum ada penelitian sebelumnya terkait hubungan antara fanatisme dan control diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop

**2. Pembatas Masalah**

Dari berbagai permasalahan yang dipaparkan pada identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi kajian ini pada:

- a. Hubungan antara fanatisme dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop
- b. Hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Hubungan antara fanatisme dan control diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop?

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan utama sebagai berikut:

- a. Apakah dalam penelitian ini *impulsive buying* dipengaruhi oleh fanatisme pada penggemar K-Pop?
- b. Apakah dalam penelitian ini *impulsive buying* dipengaruhi oleh kontrol diri pada penggemar K-Pop?
- c. Apakah dalam penelitian ini *impulsive buying* dipengaruhi oleh fanatisme dan kontrol diri pada penggemar K-Pop?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis hubungan antara fanatisme dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop
- b. Menganalisis hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop
- c. Menganalisis hubungan antara fanatisme dan kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat, baik itu secara teoritis dan praktis, yaitu:

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat pengetahuan dan informasi terhadap Hubungan Fanatisme Dan Control Diri Dengan Impulsive Buying Pada Penggemar K-Pop di Pekanbaru.
- b. Bagi Penggemar K-Pop, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan terkait fanatisme dan kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan bahan kajian bagi peneliti atau mahasiswa yang berminat meneliti topik terkait hubungan fanatisme dan kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB II****TINJAUAN PUSTAKA****A. *Impulsive Buying*****1. Pengertian *Impulsive Buying***

Menurut *Oxford Dictionaries*, *impulsive buying* adalah tindakan membeli sesuatu tanpa perencanaan dan tanpa mempertimbangkannya secara matang. Verplanken dan Herabadi (2001) menyebutkan bahwa *impulsive buying* merupakan pembelian yang terjadi secara tiba-tiba, cepat, dan tanpa adanya rencana sebelumnya, yang kemudian disertai konflik batin serta dorongan emosional. Pada tahun 2009, Herabadi et al., menegaskan bahwa *impulsive buying* dipandang sebagai perilaku pembelian yang tidak rasional karena konsumen tetap melakukan pembelian meskipun menyadari bahwa keputusan tersebut belum dipikirkan dengan baik dan berpotensi menimbulkan penyesalan di kemudian hari.

Rook (1987) menyatakan bahwa *impulsive buying* adalah tindakan membeli yang muncul ketika seseorang merasakan dorongan kuat secara mendadak untuk segera membeli sesuatu, disertai konflik emosional dan kecenderungan untuk mengabaikan konsekuensi dari keputusan tersebut. Sementara itu, Rook dan Fisher (1995) mendeskripsikan *impulsive buying* sebagai kecenderungan konsumen untuk berbelanja secara spontan, tidak dipikirkan sebelumnya, terburu-buru, serta dipengaruhi oleh faktor

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

psikologis dan emosi terhadap suatu produk, termasuk godaan dari upaya pemasaran.

Beatty dan Ferrell (1998) menjelaskan bahwa *impulsive buying* adalah pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan, dipicu oleh dorongan kuat dari konsumen dan dilakukan tanpa pemikiran panjang. Nyrhinen et al. (2023) menambahkan bahwa *impulsive buying* merupakan tindakan membeli secara tiba-tiba tanpa niat ataupun rencana sebelumnya, serta tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang. Sementara itu, Furnham dan Fenton (2020) menggambarkan *impulsive buying* sebagai kecenderungan konsumen untuk berbelanja secara spontan, tidak terencana, dan dilakukan dengan segera.

Muruganantham dan Bhakat (2013) mengemukakan bahwa *impulsive buying* merupakan pembelian yang terjadi tanpa rencana, muncul secara mendadak, dan melibatkan keputusan cepat tanpa mempertimbangkan akibatnya. Sementara itu, Maulana et al. (2019) menjelaskan bahwa *impulsive buying* adalah tindakan membeli suatu produk meskipun sebelumnya tidak ada niat untuk membelinya, sehingga perilaku tersebut tergolong spontan dan tidak direncanakan.

Chan et al. (2017) menjelaskan *impulsive buying* merupakan perilaku pembelian yang spontan dan tidak melalui refleksi, yang dipicu oleh rangsangan eksternal serta biasanya disertai gairah emosional. Pradhan et al., (2016) menjelaskan *impulsive buying* merupakan keputusan tidak

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terencana untuk membeli, yang dibuat secara langsung, dan umumnya dipicu oleh emosi atau perasaan, bukan oleh pemikiran rasional.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *impulsive buying* merupakan pembelian yang dilakukan secara spontan, cepat, tanpa perencanaan, dan seringkali didorong oleh emosi sesaat, yang dialami oleh penggemar K-Pop dalam konteks pembelian produk-produk yang berkaitan dengan idolanya, seperti album, *merchandise*, tiket konser, dan produk *endorse*.

## **2. Aspek-aspek *Impulsive Buying***

Verplanken dan Herabadi (2001) menjelaskan bahwa *impulsive buying* terdiri dari dua aspek utama, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Kedua aspek ini mencerminkan pengalaman internal pembeli yang memicu munculnya perilaku pembelian impulsif (Herabadi et al, 2009).

### **a. Aspek kognitif**

Aspek kognitif berkaitan dengan kurangnya pertimbangan dan perencanaan sebelum seseorang memutuskan untuk membeli suatu barang. Verplanken dan Herabadi (2001) menyebutkan bahwa pada aspek ini individu tidak mampu merencanakan atau mempertimbangkan keputusan pembelian secara matang.

### **b. Aspek afektif**

Aspek afektif merupakan dorongan emosional yang muncul bersamaan dengan perasaan senang atau gembira setelah melakukan pembelian tanpa rencana (Verplanken & Herabadi, 2001). Pada aspek ini, individu tiba-tiba merasakan keinginan kuat untuk membeli suatu

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang, disertai dorongan emosional untuk segera memilikinya.

Setelah pembelian dilakukan, sering muncul perasaan puas sekaligus penyesalan karena mengeluarkan uang hanya demi memenuhi keinginan sesaat.

Rook (1995) mengemukakan bahwa *impulsive buying* memiliki delapan aspek, yaitu: spontanitas; kekuatan, kompulsi, dan intensitas; kegairahan dan stimulasi; sinkronitas; animasi produk; kepuasan; konflik antara kontrol diri dan kesenangan; serta ketidakpedulian terhadap konsekuensi.

- a. Spontanitas. Merupakan dorongan membeli yang muncul secara tiba-tiba pada diri konsumen.
- b. Kekuatan, kompulsi, dan intensitas. Menggambarkan adanya desakan kuat atau rasa terpaksa yang mendorong individu untuk melakukan pembelian.
- c. Kegairahan dan stimulasi. Merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri maupun rangsangan eksternal yang memicu keputusan untuk membeli.
- d. Sinkronitas. Mengacu pada perpaduan antara faktor internal dan eksternal yang bersama-sama mendorong individu melakukan pembelian.
- e. Animasi produk. Menggambarkan fantasi atau imajinasi konsumen yang muncul dari pengalaman membeli atau menggunakan produk tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Kepuasan. Merupakan perasaan senang yang timbul setelah melakukan pembelian.
- g. Konflik antara kontrol diri dan kesenangan. Menggambarkan pertentangan antara kemampuan mengendalikan diri dengan keinginan kuat untuk membeli.
- h. Ketidakpedulian terhadap konsekuensi. Merupakan sikap mengabaikan dampak negatif atau konsekuensi yang mungkin timbul dari kebiasaan berbelanja secara impulsif.

Pada tahun 2011, penelitian Verplanken dan Sato berfokus pada pembahasan aspek afektif saja. Pada penelitian ini peneliti tetap menggunakan aspek-aspek *impulsive buying* menurut Herabadi et al (2009); Verplanken dan Herabadi (2001) yaitu kognitif dan afektif, karena lebih relevan dan sejalan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti terkait *impulsive buying* pada penggemar *K-Pop*.

### 3. Faktor-faktor *Impulsive Buying*

Muruganantham dan Bhakat (2013), mengemukakan beberapa faktor yang memicu terjadinya prilaku *impulsive buying*, yaitu: faktor eksternal dan lingkungan toko; stimuli internal, faktor situasional dan produk; dan demografi dan faktor sosial budaya.

#### a. Faktor eksternal dan lingkungan toko

Muruganantham dan Bhakat (2013) menjelaskan bahwa stimuli eksternal berhubungan dengan lingkungan toko dan pemasarannya. Lingkungan toko meliputi ukuran toko, suasana, desain, dan tata letak.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan pemasarannya merupakan berbagai kegiatan penjualannya serta promosi yang dilakukan. Lingkungan toko yang merangsang dan menyenangkan akan meningkatkan *impulsive buying*.

**b. Stimuli internal**

Stimuli internal terkait dengan faktor internal seperti keperibadian, gaya hidup, ekonomi, dan suasana hati seseorang yang dapat memicu tejadinya *impulsive buying*.

**c. Faktor situasional dan produk**

Faktor situasional terkait dengan lokasi toko, waktu belanja, musim, dan kebiasaan berbelanja. Produk baru, atau sesuatu yang mengikuti tren dapat memicu terjadi prilaku *impulsive buying*.

**d. Demografi dan faktor sosial budaya**

Demografi toko mempengaruhi *impulsive buying* begitu pula dengan faktor sosial budaya (Muruganantham & Bhakat, 2013).

Kurniawan dan Kunto (2013) menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *impulsive buying* yaitu: promosi; *store atmosphere*; dan *shopping emotion*.

- a. Promosi, yaitu bentuk komunikasi antara penjual dan konsumen yang bertujuan memengaruhi sikap dan perilaku mereka. Melalui promosi, konsumen yang sebelumnya tidak mengetahui suatu produk dapat menjadi mengenal, tertarik, hingga terdorong untuk membeli, sekaligus membantu mereka mengingat produk tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Store atmosphere*, yaitu suasana toko yang dirancang secara sengaja agar sesuai dengan target pasar dan mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.
- c. *Shopping emotion*, yaitu suatu perasaan yang tidak dapat dikontrol namun dapat mempengaruhi perilaku seseorang.

Selain faktor-faktor diatas, Park and kim (2014) menemukan bahwa salah satu faktor *impulsive buying* pada penggemar berat (fans fanatik) tim olahraga adalah fanatisme. Hal ini terjadi ketika keterikatan emosional terhadap tim meningkat, kontrol diri cenderung menurun, yang mengarah pada pembelian spontan sebagai bentuk loyalitas. Selain itu, Thorne & Bruner (2006) juga menjelaskan bahwa salah satu faktor penggemar K-Pop melakukan kecenderungan *impulsive buying* adalah fanatisme. Penggemar fanatik seringkali tidak mempertimbangkan kebutuhan atau kondisi keuangan sebelum membeli, karena pembelian tersebut dianggap sebagai bagian dari ekspresi dukungan atau identitas diri. Selain itu Pradana dan Suparna (2016) mengungkapkan fanatisme juga bisa menjadi faktor lain dalam melakukan *impulsive buying* tanpa dorongan sebelumnya. Selain itu faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* adalah kontrol diri (Ratnaningtyas & Prihandini, 2022; Afandi & Hartati, 2017).

#### **4. Tipe-Tipe *Impulsive Buying***

Menurut Lee et al, (2017) menyatakan bahwa terdapat 2 tipe *impulsive buying*, yaitu: *hedonic impulsive buying* dan *utilitarian impulsive buying*.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**a. *Hedonic Impulsive Buying***

adalah pembelian impulsif yang didorong oleh keinginan untuk mendapatkan kesenangan, hiburan, atau pengalaman emosional positif. Konsumen membeli secara spontan untuk memuaskan perasaan senang, *excitement*, atau sebagai bentuk *self-reward*.

**b. *Utilitarian Impulsive Buying***

adalah pembelian impulsif yang didorong oleh kebutuhan praktis atau fungsional, meskipun dilakukan secara spontan. Konsumen membeli karena merasa barang tersebut bermanfaat atau diperlukan, meski keputusan diambil tanpa perencanaan.

**B. Fanatisme****1. Definisi Fanatisme**

Fanatisme dalam bahasa Inggris berasal dari kata *fan* yang berarti penggemar. Menurut Seregina et al. (2011), fanatisme merupakan fenomena penting dalam kehidupan modern, baik pada tingkat pribadi maupun sosial, karena budaya masa kini sangat memengaruhi individu serta hubungan di dalam dirinya, sehingga membentuk keyakinan, pemahaman, kesetiaan, pengabdian, dan rasa cinta terhadap suatu objek. O'rever (2004) menjelaskan bahwa fanatisme merupakan bentuk antusiasme atau pengabdian yang berlebih dan tidak rasional terhadap suatu gagasan, keyakinan, atau tindakan, yang umumnya disertai emosi kuat dan cenderung tidak memiliki batasan dalam penerapannya. Sementara itu, Fuschillo (2018) menyatakan bahwa fanatisme adalah

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bentuk komitmen emosional yang kuat terhadap suatu objek, baik yang muncul secara individu maupun secara kelompok.

Tartila (2014) mengatakan bahwa seseorang yang fanatik cenderung sulit mengubah cara berpikir maupun pandangannya terhadap objek yang menjadi fokus fanatismenya. Menurut Marimaa (2011) fanatisme merupakan suatu keyakinan dengan cara mengejar atau membela sesuatu secara ekstrem dan penuh gairah yang melewati normalitas. Selanjutnya Marimaa (2011) mengungkapkan bahwa fanatisme adalah fenomena yang universal, fanatisme tidak selalu merupakan fenomena negatif, dan fanatisme pada dasarnya adalah sifat prilaku.

Secara psikologis, individu yang fanatik biasanya kehilangan kemampuan untuk berpikir secara objektif, bahkan menjadi terobsesi dan cenderung menyesuaikan sikap maupun gaya hidupnya dengan objek yang ia kagumi. Fanatisme juga dapat dipahami sebagai bentuk pengabdian yang sangat kuat terhadap suatu objek, di mana pengabdian tersebut mencakup unsur gairah, kedekatan emosional, dan komitmen. Istilah “luar biasa” menggambarkan intensitas yang melampaui batas wajar atau melebihi rata-rata. Objek fanatisme ini dapat berupa merek, figur publik seperti selebriti, program televisi, maupun aktivitas konsumtif lainnya (Pertiwi, 2013).

Fanatisme didefinisikan sebagai memiliki antusiasme yang ekstrem, emosi, atau perasaan cinta dan keingintahuan yang luar biasa berdasarkan pengabdian orang terhadap objek (misalnya, politisi atau tokoh

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat), dan mereka sering membela apa yang benar-benar mereka yakini (Eliani et al, 2018). Individu yang fanatik biasanya sangat mempertahankan gagasan yang diyakini dirinya atau kelompoknya sebagai kebenaran, serta cenderung mengabaikan berbagai fakta maupun argumen yang mungkin bertentangan dengan keyakinan tersebut (Chung et al., 2008). Sementara itu, Thorne dan Bruner (2006) menggambarkan fanatisme sebagai kondisi ketika seseorang memiliki ketertarikan kuat terhadap figur, kelompok, karya, atau gagasan tertentu, hingga menunjukkan perilaku ekstrem yang dapat diamati oleh orang lain.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa fanatisme adalah keterikatan emosional dan psikologis yang mendalam terhadap idola atau grup K-Pop, yang tercermin melalui loyalitas tinggi, identifikasi diri dengan grup atau idola, dan pengabdian aktif dalam berbagai bentuk dukungan.

## 2. Aspek-aspek Fanatisme

Marimaa (2011) menjelaskan bahwa aspek-aspek fanatisme adalah: keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak; berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain; pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan; dan pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian.

- a. Keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seseorang yang fanatik percaya bahwa pemahaman mereka sepenuhnya benar. Seseorang yang fanatik akan menutup mata dan telinganya terhadap fakta-fakta yang tidak layak untuk dilihat dan didengar.

- b. Berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain

Seseorang yang fanatik mencoba dengan penuh semangat dan dengan segala cara untuk memaksakan keyakinannya pada orang lain. Seseorang fanatik juga akan menekan atau menghilangkan seseorang yang memiliki pendapat yang berbeda.

- c. Pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan

Pengabdian berupa rela berkorban demi suatu tujuan merupakan hal yang umum bagi semua orang fanatik, baik fanatismenya mereka terkait dengan agama, politik, dunia hiburan, hobi atau yang lainnya. Seseorang yang fanatik mengorbankan diri pada tujuan dan mati untuk tujuan tersebut, karena itu seseorang yang fanatik rela memberikan hidup mereka untuk mencapai tujuan mereka.

- d. Pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian

Keutamaan pengabdian diatas objek pengabdian menggambarkan sifat universal fanatismenya. Sehingga fanatismenya tidak hanya sebatas pada bidang agama atau politik, tetapi mencakup hampir semua bidang aktivitas manusia. Untuk fanatik penting bersemangat tentang sesuatu atau seseorang. Jika dia

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecewa, atau bosan dengan objek pengabdiannya, dia perlu segera mencari objek lain yang ingin dia kaitkan.

Menurut Fuschillo (2018) fanatismen terbagi dalam beberapa dimensi, yaitu: sosialitas; religiusitas; produktivitas; dan ideology.

a. Sosialitas

Studi di media dan penelitian menekankan bahwa peran fandom dalam membentuk identitas dan kesadaran bersama dengan memberikan anggota rasa memiliki kolektif berdasarkan ikatan interpersonal yang kuat mirip dengan ikatan seperti keluarga. Fandom juga dapat berubah menjadi keluarga besar karena mereka memberikan dukungan dan kesetiaan bersama. Fandom juga berfungsi sebagai rumah, tempat para penggemar saling bertemu dan membantu guna memperkuat ikatan keluarga yang nyata

b. Religiusitas

Studi di media pertama kali mengeksplorasi hubungan antara fandom dan religiusitas yang dapat diartikan dengan keyakinan yang lebih berteori pada fandom sebagai sumber baru dan alternatif sebagai fenomena seperti agama. Keyakinan juga dapat mengambil bentuk pengalaman nyata dari perubahan emosional dimana perubahan keyakinan mengubah moral individu dan menekankan keyakinan dalam bentuk kepercayaan, ritual, dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tradisi fandom tertentu yang mendukung masyarakat untuk bangkit dan berkembang.

c. Produktifitas

Aktivitas produktif penggemar adalah suatu bentuk ekonomi budaya dimana orang berinvestasi untuk mengakumulasi modal budaya. Penggemar secara aktif bertindak dengan memanipulasi konten untuk kreasi penggemar itu sendiri. Secara umum, penelitian tentang budaya fandom telah memberikan bukti tentang bagaimana produksi budaya penggemar yang mengarahkan penggemar tersebut untuk berubah menjadi profesional.

d. Ideologi

Studi di media dan budaya menggambarkan fandom sebagai bentuk budaya popular yang mencul sebagai penentang terhadap ide dasar sistem perekonomian dan masyarakat. Studi ini menempatkan fandom sebagai kekuatan sosiokultural yang membentuk gagasan dominan tentang pasar sebagai sistem kapitalis.

Thorne dan Bruner (2006) menjelaskan bahwa karakteristik perilaku fanatisme adalah: keterlibatan internal; keterlibatan eksternal; keinginan untuk memperoleh benda-benda yang berhubungan dengan hal yang disukai; dan keinginan untuk interaksi dengan orang lain.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### a. Keterlibatan internal

Merupakan dorongan pribadi untuk mencurahkan waktu, energi, dan berbagai sumber daya pada sesuatu yang disukai. Para penggemar umumnya memiliki minat yang sangat kuat sehingga mereka bersedia melakukan berbagai penyesuaian dalam gaya hidup, baik kecil maupun besar, demi mendukung objek yang mereka kagumi. Mereka merasakan kepuasan ketika berhubungan dengan hal-hal yang menarik minat mereka, seperti idola K-Pop.

#### b. Keterlibatan eksternal

Penggemar terdorong untuk mengekspresikan ketertarikan mereka secara terbuka, misalnya dengan bergabung dalam komunitas atau fandom yang sesuai dengan minat mereka.

#### c. Keinginan untuk memperoleh benda-benda yang berhubungan dengan hal yang disukai

Penggemar memiliki dorongan kuat untuk mengoleksi berbagai barang yang berkaitan dengan objek kesukaan mereka, seperti album atau lightstick, yang juga menjadi simbol identitas sebagai penggemar.

#### d. Keinginan untuk interaksi dengan orang lain

Berkomunikasi secara rutin dengan individu yang memiliki minat serupa membuat penggemar merasa lebih diterima dan nyaman. Berbagi pengalaman dan ketertarikan yang sama memberikan rasa kepuasan tersendiri.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Aspek yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah aspek-aspek fanatisme menurut Marimaa (2011) yaitu: keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak, berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain, pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan, dan pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian.

### **3. Faktor Fanatisme**

Menurut Prakoso (2013) ada empat faktor yang dapat menumbuhkan rasa fanatisme yaitu: memperlakukan sebuah kelompok tertentu sebagai ideologi; sikap standar ganda; komunitas dijadikan legitimasi etis hubungan sosial; dan klaim kepemilikan organisasi oleh kelompok tertentu.

- a. Memperlakukan sebuah kelompok tertentu sebagai ideologi. Elemen ini timbul saat sebuah kelompok memiliki pandangan eksklusif dalam memaknai dinamika sosial.
- b. Sikap standar ganda. Setiap kelompok atau organisasi cenderung menggunakan ukuran penilaian yang berbeda untuk kelompoknya sendiri dibandingkan dengan kelompok lainnya.
- c. Komunitas dijadikan legitimasi etis hubungan sosial. Hal ini bukan berarti menjadikan hubungan sosial sebagai sesuatu yang sakral, tetapi lebih pada pengakuan terhadap tatanan sosial tertentu yang dianggap benar karena didukung oleh kelompok tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Klaim kepemilikan organisasi oleh kelompok tertentu. individu atau kelompok sering mengaitkan identitas sosial mereka dengan suatu organisasi yang dianggap berperan penting dan aktif dalam masyarakat masyarakat.

**Kontrol Diri****1. Definisi Kontrol Diri**

Menurut Chaplin (2006), kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur perilakunya sendiri serta menahan berbagai dorongan yang timbul dari dalam dirinya. Kontrol diri adalah potensi yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan individu dalam berbagai proses kehidupan, termasuk saat menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan sekitarnya. Dengan adanya kontrol diri, seseorang mampu mengarahkan, membimbing, dan mengatur perilakunya sehingga menghasilkan konsekuensi yang positif.

Kontrol diri pada dasarnya merujuk pada kemampuan individu untuk menyesuaikan serta mengarahkan dirinya sehingga perilaku yang muncul lebih sesuai dan selaras dengan tuntutan lingkungan. Menurut Tangney et al (2004), kontrol diri adalah kemampuan untuk menahan atau memodifikasi respons internal, mencegah timbulnya perilaku yang tidak diinginkan, dan mengekang diri dari tindakan tersebut. Secara keseluruhan, kontrol diri dipahami sebagai keterampilan untuk melakukan penyesuaian diri agar dapat menunjukkan perilaku yang lebih tepat dan adaptif dalam kehidupan sehari-hari.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Naomi dan Mayasari (2008) mengemukakan bahwa kontrol diri merupakan respons seseorang untuk mengganti satu dorongan dengan dorongan lain, misalnya mengalihkan perhatian dari sesuatu yang diinginkan, mengatur emosi, menahan impuls, serta meningkatkan kinerja. Wolfe dan Higgins (2008) menambahkan bahwa kontrol diri mencerminkan kecenderungan individu mempertimbangkan berbagai konsekuensi sebelum bertindak. DeWall et al. (2005) memandang kontrol diri sebagai kemampuan untuk menahan serta mengatur perilaku sosial yang tidak sesuai. Sementara itu, Calhoun dan Acocella (1990) menjelaskan bahwa kontrol diri adalah proses pengelolaan aspek fisik, psikologis, dan perilaku melalui mekanisme yang mendasari pengaturan diri.

Averill (1973) menyebutkan bahwa kontrol diri terdiri dari tiga kemampuan utama, yaitu menyesuaikan perilaku, mengelola informasi yang tidak diinginkan melalui proses interpretasi, dan memilih tindakan berdasarkan keyakinan yang dimiliki individu. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Calhoun dan Acocella (1990) yang menekankan bahwa kontrol diri melibatkan proses regulasi terhadap aspek psikologis, fisik, dan perilaku.

Duckworth et al. (2019) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan menyeimbangkan pikiran, emosi, dan tindakan agar tetap sejalan dengan tujuan jangka panjang meskipun terdapat godaan jangka pendek yang lebih menarik. Beran (2015) juga menegaskan bahwa kontrol

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diri mencakup kemampuan mengatur keinginan dan perilaku demi mencapai tujuan jangka panjang, termasuk menunda kepuasan sesaat untuk mendapatkan manfaat yang lebih besar di masa depan.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk menahan, mengatur, serta menyesuaikan perilaku maupun responsnya, sehingga tindakan yang dilakukan tidak menimbulkan dampak negatif bagi dirinya.

## 2. Aspek-aspek Kontrol Diri

Tangney et al. (2004) menyatakan bahwa terdapat 5 aspek kontrol diri, yaitu: *self-discipline; deliberate/nonimpulsive; healthy habits; work ethic; dan reliability*.

### a. *Self-discipline*

Merujuk pada kemampuan seseorang untuk mendisiplinkan dirinya. Individu dengan aspek ini mampu memusatkan perhatian pada tugas yang sedang dilakukan serta menghindari hal-hal yang dapat mengganggu fokusnya.

### b. *Deliberate/nonimpulsive*

Mengacu pada kecenderungan seseorang untuk bertindak dengan pertimbangan matang, berhati-hati, dan tidak terburu-buru. Individu yang tidak impulsif biasanya tenang dalam mengambil keputusan maupun dalam bertindak.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### c. *Healthy habits*

Berhubungan dengan kemampuan membentuk kebiasaan yang menyehatkan. Individu dengan aspek ini cenderung menghindari hal-hal yang berpotensi merugikan walaupun tampak menyenangkan, dan lebih memilih perilaku yang memberi manfaat jangka panjang.

#### d. *Work Ethic*

Menggambarkan kemampuan seseorang mengatur diri dalam menyelesaikan pekerjaan sehari-hari. Individu dengan etos kerja baik dapat menuntaskan tugas tanpa mudah terdistraksi dan tetap fokus pada aktivitas yang sedang dilakukan.

#### e. *Reliability*

Berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuannya menjalankan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Orang yang reliabel konsisten mengarahkan perilakunya agar selaras dengan rencana yang telah disusun.

Averill (1973) menyebut terdapat tiga aspek dalam kontrol diri, yaitu: *behavioural control; cognitive control; dan decision control.*

#### a. *Behavioural Control* (Mengontrol Perilaku)

Merupakan kemampuan individu untuk mengubah atau mengatasi situasi yang tidak menyenangkan. Aspek ini mencakup kemampuan seseorang dalam mengatur perilakunya sendiri, yakni menentukan sejauh mana ia dapat mengendalikan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

suatu keadaan. Jika individu memiliki kontrol diri yang baik, ia mampu mengelola perilakunya secara mandiri; namun jika tidak, ia cenderung membutuhkan sumber eksternal untuk membantunya menghadapi situasi tersebut.

b. *Cognitive Control* (Mengontrol Kognisi)

Mengacu pada kemampuan mengolah informasi yang tidak diinginkan melalui proses penilaian, interpretasi, atau pengaitan suatu kejadian dalam kerangka kognitif sebagai bentuk adaptasi psikologis atau pengurangan tekanan. Aspek ini terdiri atas dua bagian yaitu *information gain* (memperoleh informasi) dan *appraisal* (melakukan penilaian). Dengan informasi yang cukup, individu dapat memprediksi dan mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan melalui berbagai pertimbangan.

c. *Decision Control* (Mengontrol Keputusan)

Merupakan kemampuan individu untuk memilih tindakan atau respons yang akan diberikan berdasarkan sesuatu yang telah dipertimbangkan atau disepakati sebelumnya. Kemampuan ini bekerja dengan baik ketika individu memiliki ruang untuk memilih, kesempatan, serta kemungkinan untuk menentukan tindakannya. Pada aspek ini, kemampuan mengontrol diri dan mengambil keputusan menjadi komponen utama dalam menentukan kualitas keputusan yang dibuat.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aspek yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah aspek-aspek control diri menurut Tangney et al. (2004) yaitu: *self-discipline*, *deliberate/nonimpulsive*, *healthy habits*, *work ethic*, dan *reability*. Dalam penelitian ini menggunakan *Brief self-control scale* dengan 13 item dengan unidimensional sehingga disebut kontrol diri.

### **3. Jenis-Jenis Kontrol Diri**

Menurut Block and Block (Gufron & Risnawati, 2010), terdapat tiga jenis kontrol diri yaitu: *over control*; *under control*; dan *appropriate control*.

- a. *Over Control*, adalah bentuk kontrol diri yang berlebihan, di mana individu terlalu banyak menahan dan mengendalikan dirinya sehingga cenderung membatasi reaksi terhadap berbagai stimulus yang diterimanya.
- b. *Under Control*, adalah kondisi ketika individu cenderung melepaskan dorongan secara bebas tanpa pertimbangan yang matang, sehingga perilakunya kurang terarah dan impulsif.
- c. *Appropriate Control*, yaitu kemampuan individu untuk mengelola dan mengendalikan dorongan secara tepat, sesuai dengan situasi yang dihadapi.

### **4. Faktor-faktor Kontrol Diri**

Ghufron dan Risnawita (2010) berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kontrol diri pada individu. Faktor-faktor tersebut ialah sebagai berikut:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**a. Faktor internal**

Usia merupakan faktor internal yang berperan dalam perkembangan kontrol diri. Semakin bertambahnya usia seseorang, biasanya kemampuan dalam mengendalikan diri juga semakin baik.

**b. Faktor eksternal**

Lingkungan keluarga menjadi salah satu faktor eksternal yang berpengaruh terhadap kontrol diri. Pola hubungan dalam keluarga, terutama pola asuh orang tua, sangat menentukan bagaimana seseorang belajar mengatur dirinya. Remaja yang memandang penerapan disiplin orang tua sebagai sesuatu yang lebih demokratis cenderung memiliki kemampuan kontrol diri yang lebih tinggi.

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi kontrol diri menurut Yahya & Megalia (2017) yaitu: kepribadian; situasi; etnis; pengalaman; dan usia.

1. **Kepribadian.** Kepribadian turut menentukan bagaimana seseorang mengelola kontrol diri. Individu dengan tipe kepribadian tertentu biasanya menunjukkan respons khas terhadap tekanan yang dihadapi, sehingga memengaruhi hasil yang muncul dari proses tersebut.
2. **Situasi.** Kondisi atau keadaan tertentu menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi efektivitas kontrol diri seseorang.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Etnis. Etnis dan budaya memengaruhi kontrol diri melalui nilai, keyakinan, dan pola pikir yang berbeda. Setiap budaya memiliki prinsip dan norma yang dapat membentuk cara seseorang menjalin hubungan atau merespons lingkungannya.
4. Pengalaman . Pengalaman hidup berperan dalam membentuk proses belajar seseorang. Pengalaman yang diperoleh sejak kecil, terutama dalam lingkungan keluarga, dapat memberikan kontribusi besar terhadap kemampuan individu dalam mengontrol diri.
5. Usia. Peningkatan usia umumnya membuat individu menjadi lebih matang dalam berpikir dan bertindak, sehingga berdampak pada semakin baiknya kontrol diri.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat kita simpulkan bahwa karakteristik pribadi, usia, pola asuh, budaya, serta pengalaman hidup adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kondisi kontrol diri yang dimiliki oleh seseorang.

#### **D. Penelitian Relawan**

Penelitian ini mengkaji hubungan antara fanatisme dan kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying* pada penggemar K-Pop, yang diperkuat oleh sejumlah penelitian terdahulu. Salah satunya adalah studi Asrie dan Misrawati (2020) berjudul “*Celebrity Worship* dan *Impulsive Buying* pada Penggemar KPOP Idol”, yang menggunakan teori Verplanken dan Herabadi (2001) melalui instrumen *The Impulse Buying Tendency*. Temuan penelitian tersebut

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

menunjukkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada pembelian *merchandise* idola, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung 10,765 lebih besar dari 1,967 dengan  $p < 0,005$ . Dengan demikian, *celebrity worship* terbukti berkontribusi terhadap *impulsive buying merchandise* BTS pada remaja penggemar grup tersebut.

Penelitian Irvani, Mahmudi dan Triningtyas (2022) berjudul “Pengaruh *Celebrity Worship* dan Konformitas Teman Sebaya terhadap *Compulsive Buying* Mahasiswa Penggemar K-Pop” juga menggunakan teori Verplanken dan Herabadi (2001). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *celebrity worship* berpengaruh terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa penggemar K-Pop di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun, dengan tingkat pengaruh yang tergolong sangat tinggi.

Studi lain oleh Salamba dan Ambarwati (2023) berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Produk *Fashion* di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Melalui Aplikasi Belanja *Online*” turut mengacu pada teori Verplanken dan Herabadi (2001). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying*, yang berarti semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian impulsif produk fashion secara daring.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Penelitian Syafebti et al. (2023) berjudul “Kontrol Diri dan *Impulsive Buying* pada Remaja Penggemar K-Pop” menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dan teori Verplanken dan Herabadi (2001). Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan negatif yang lemah antara kontrol diri dan *impulsive buying*, dengan nilai  $r = -0,365$  dan  $p < 0,05$ , sehingga semakin tinggi kontrol diri remaja, semakin rendah *impulsive buying* yang muncul.

Penelitian Abdillah & Ramadhani (2024) bertajuk “Kontrol Diri dan *Impulsive Buying* pada Penggemar K-Pop di Komunitas X” juga mengadopsi teori Verplanken dan Herabadi (2001). Analisis regresi linier sederhana menunjukkan koefisien regresi  $-0,186$  dan  $R$  square sebesar  $0,080$  dengan  $p < 0,05$ , yang mengindikasikan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying* sebesar 8%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Penelitian Laila (2024) berjudul “Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Pecinta K-Pop di Pekalongan melalui Kontrol Diri sebagai Variabel Moderating” menemukan bahwa fanatisme, gaya hidup hedonis, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, namun kontrol diri tidak berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.

Fadillah & Ratnasari (2023) dalam penelitiannya “*Fanaticism of Consumptive Behavior of Merchandise Purchasing in Student Boyband Fans*” menggunakan aspek fanatisme dari Goddard yang mencakup minat,

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecintaan, sikap, durasi keterlibatan, dan motivasi. Hasil uji F sebesar 30,656 dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ) menunjukkan bahwa fanatisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian Waradhika & Hakimah (2024) berjudul “Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi Penjualan, dan Harga terhadap *Impulse Buying* Penggemar NCT Dream pada Produk Mie Lemonilo Edisi NCT Dream” juga menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memengaruhi *impulse buying*, ditunjukkan oleh nilai signifikansi uji F sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Penelitian Aurelia & Oktaviana (2023) berjudul “*Celebrity Worship* dan *Impulsive Buying* pada Dewasa Awal Penggemar BTS” menemukan adanya hubungan positif signifikan antara *celebrity worship* dan *impulsive buying*, dengan koefisien korelasi 0,390 ( $p < 0,05$ ), yang berarti semakin tinggi *celebrity worship*, semakin besar kecenderungan individu melakukan pembelian impulsif.

Penelitian lain oleh Fauzi & Balgies (2023) berjudul “*Self-Control–Impulsive Buying: Emotional Maturity sebagai Mediator*” bertujuan menguji pengaruh *self-control* terhadap *impulsive buying* pada penggemar K-Pop dengan *emotional maturity* sebagai mediator, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis jalur.

Berdasarkan keseluruhan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa topik penelitian ini tetap relevan untuk dikembangkan. Meski memiliki

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesamaan dengan penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan dari sisi konsep maupun prosedur, sehingga penelitian ini masih memiliki nilai kebaruan.

### **E Kerangka Berpikir**

Menurut Seregina et al. (2011), fanatisme menjadi aspek penting dalam kehidupan modern dan sosial, karena budaya kontemporer sangat memengaruhi individu dalam membentuk keyakinan, kesetiaan, pengabdian, serta rasa cinta terhadap suatu objek atau hal tertentu. Sementara itu, O'rever (2004) mendefinisikan fanatisme sebagai bentuk antusiasme atau dedikasi yang berlebihan dan tidak rasional terhadap suatu gagasan, kepercayaan, atau prinsip, yang ditandai oleh sikap emosional yang kuat dan dorongan yang hampir tidak mengenal batas.

Salah satu aspek fanatisme menurut Marimaa (2011) yaitu pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan. Bentuk pengabdian seorang penggemar ditunjukkan melalui mendukung idolanya dengan cara membeli album, datang ke konser, menghadiri berbagai *event-event* yang diadakan oleh fandom, dan lain sebagainya. Hal ini merupakan suatu bentuk kecintaannya terhadap didolanya. Berdasarkan penelitian Ayunita dan Andriani (2018), para penggemar K-Pop menunjukkan fanatisme mereka dengan menghadiri konser, mengumpulkan berbagai atribut terkait idola, serta membeli album sebagai bentuk dukungan terhadap grup kesukaan mereka. Maltby et al. (2005) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang, semakin besar pula keterlibatannya dengan sang idola.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penggemar K-Pop sering membeli berbagai barang yang berkaitan dengan idola demi mendapatkan rasa puas, dan pembelian tersebut umumnya tidak lagi didasari kebutuhan, tetapi lebih pada keinginan pribadi (Sumartono, 2002). Tindakan membeli secara cepat tanpa perencanaan, disertai dorongan emosional dan konflik batin, disebut sebagai *impulsive buying* (Verplanken & Herabadi, 2001). Chyang et al. (2008) juga menemukan bahwa kedalaman emosi seseorang terhadap idolanya dapat meningkatkan kecenderungan melakukan *impulsive buying*.

Park and Kim (2014) menyatakan bahwa keterikatan emosional yang kuat (fanatisme) terhadap sebuah merek atau figur publik dapat memicu *impulsive buying*. Dalam dunia fandom, seperti K-Pop, hubungan emosional dengan idola membuat penggemar terdorong untuk memiliki produk yang dikaitkan dengan idola tersebut, meskipun barang itu tidak dibutuhkan atau tidak direncanakan sebelumnya.

Selain itu, kontrol diri juga berperan dalam mempengaruhi *impulsive buying*. Tangney et al. (2004) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan individu untuk menahan atau mengatur respons internal, termasuk kemampuan menahan dorongan yang tidak diinginkan. Penelitian Salamba dan Ambarwati (2023) menunjukkan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan *impulsive buying*. Tripambudi dan Indrawati (2018) menegaskan bahwa kontrol diri yang baik dapat membantu individu membuat keputusan secara lebih tepat, karena kemampuan mengendalikan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tindakan memungkinkan seseorang meminimalkan kecenderungan berbelanja secara impulsif.

Kontrol diri berperan penting dalam menentukan keputusan seseorang, termasuk dalam perilaku *impulsive buying*. Kemampuan ini membantu individu menahan dorongan untuk berbelanja secara spontan (Afandi & Hartati, 2017). Gailliot et al. (2007) menyatakan bahwa kontrol diri berfungsi mengatur pikiran, emosi, impuls, dan perilaku. Hal ini didukung oleh Robertus dan Manolis (2012) yang menemukan bahwa kontrol diri merupakan faktor yang memengaruhi *impulsive buying* dimana semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah kecenderungan seseorang untuk membeli secara impulsif, dan sebaliknya, kontrol diri yang lemah membuat individu lebih mudah bertindak impulsif.

Kontrol diri sendiri dipahami sebagai kemampuan menahan atau mengubah dorongan internal serta menghindari tindakan yang tidak diinginkan (Tangney et al., 2004). Ghufron dan Risnawita (2010) menambahkan bahwa kontrol diri juga mencakup kesadaran terhadap kondisi diri dan lingkungan, serta kemampuan menyesuaikan perilaku sesuai situasi. Menurut Chita et al. (2015), individu dengan kontrol diri rendah biasanya tidak mampu memperkirakan konsekuensi dari tindakannya, sedangkan mereka yang memiliki kontrol diri tinggi lebih berhati-hati dalam menyesuaikan perilaku. Charistia et al. (2022) juga menegaskan bahwa kontrol diri yang baik memungkinkan individu mengarahkan tindakannya menuju hasil yang positif.

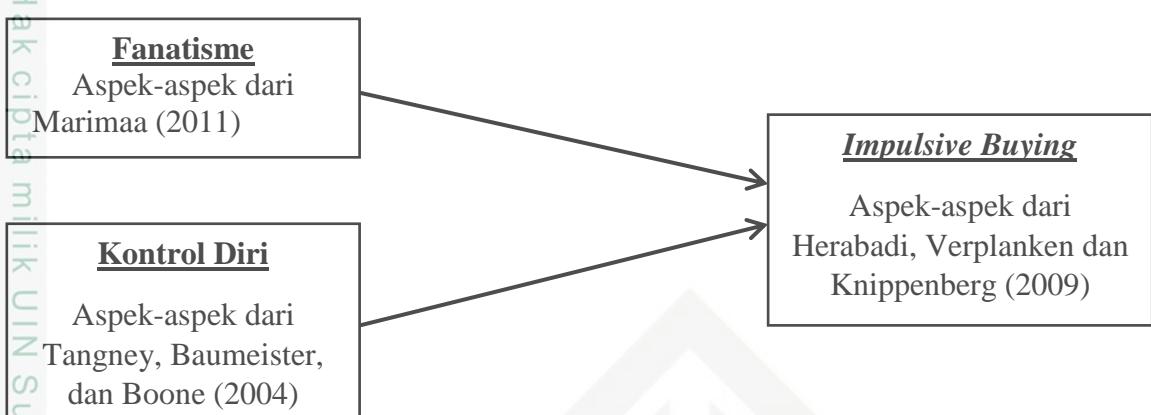
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam konteks penggemar K-Pop, banyak individu membeli barang-barang terkait idola demi memperoleh kepuasan tertentu. Perilaku membeli secara spontan tanpa rencana maupun pertimbangan ini mendorong terjadinya *impulsive buying* (Arisandy, 2017). *Impulsive buying* sendiri merupakan perilaku membeli yang tidak rasional, berlangsung tanpa perencanaan, serta dipicu konflik batin dan dorongan emosional (Verplanken & Herabadi, 2001). Ulayya dan Mujiasih (2020) turut menjelaskan bahwa *impulsive buying* muncul secara tiba-tiba tanpa didorong oleh kebutuhan.

Berdasarkan pendapat dari Verplanken & Herabadi (2001) terdapat dua aspek *impulsive buying* antara lain aspek kognitif (individu kurang mampu untuk mempertimbangkan dan merencanakan pembelian) dan aspek afektif (individu didorong oleh emosional untuk melakukan pembelian secara impulsif yang menimbulkan rasa senang).

Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antara fanatisme dan kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying* dapat dijelaskan melalui kerangka berpikir berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

#### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang bisa diajukan pada penelitian ini berdasarkan bagan di atas yaitu sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan antara fanatisme dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop di Pekanbaru
2. Terdapat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop di Pekanbaru
3. Terdapat hubungan antara fanatisme dan kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop di Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional. Maksud dari metode kuantitatif korelasional adalah metode penelitian yang menggunakan data-data berdasarkan bilangan dan memakai analisis statistic (Sugiyono, 2010). Sedangkan penelitian korelasional berguna untuk menunjukkan level korelasi atau hubungan terhadap variabel-variabel yang berbeda pada suatu populasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara fanatisme (X1), dan control diri (X2) dengan *impulsive buying* (Y) pada penggemar K-Pop. Model hubungan antar variabel tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.1 Desain Jenis Penelitian

keterangan:

→	: Menunjukkan arah hubungan
X1	: Fanatisme
X2	: Kontrol Diri
Y	: <i>Impulsive Buying</i>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**B. Tempat dan Waktu Penelitian**
**1. Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan di Pekanbaru. Skala penelitian menggunakan *google form* yang diberikan kepada penggemar K-Pop di Pekanbaru.

**2. Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Waktu
1	Penulisan proposal	22 April 2024 s/d 28 Mei 2025
2	Seminar proposal	4 Juni 2025
3	Perbaikan proposal	5 Juni s/d 14 Juni 2025
4	Pengumpulan Data Try Out	16 Juni s/d 27 Juni 2025
5	Pengumpulan Data Riset	31 Juli s/d 16 Agustus 2025
6	Analisis Data Penelitian	18 Agustus s/d 20 Oktober 2025
7	Seminar Hasil	05 November 2025
8	Munaqasyah	24 Desember 2025

**C. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi merupakan keseluruhan subjek yang menjadi objek penelitian, dimana setiap subjek memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk kemudian dianalisis dan disimpulkan (Azwar, 2011). Dalam penelitian ini, populasinya adalah penggemar K-Pop di Pekanbaru. Jumlah pastinya belum diketahui karena belum pernah dilakukan survei mengenai total penggemar K-Pop di wilayah tersebut. Sebagai acuan, akun Instagram @kpopers\_pkur memiliki 2.283 pengikut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan keperluan penelitian (Sugiyono, 2012). Arikunto (2002) juga menyatakan bahwa sampel merupakan perwakilan dari populasi yang telah ditetapkan untuk diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini merujuk pada teori Algina dan Crocker (2008) yang merekomendasikan minimal 200 responden agar data stabil. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan adalah 200 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* karena jumlah anggota populasi tidak diketahui secara pasti, dengan metode *quota sampling* sebagai dasar penentuan sampelnya. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa *quota sampling* dilakukan dengan menetapkan karakteristik tertentu hingga jumlah kuota terpenuhi. Subjek pada penelitian ini adalah penggemar K-Pop di Pekanbaru..

## **D. Variabel Penelitian**

Variabel segala aspek, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik, yang ditetapkan peneliti untuk ditelaah sehingga dapat diperoleh informasi yang relevan dan ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Bebas

Menurut Siyoto dan Sodik (2015), variabel bebas didefinisikan sebagai variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat. Sugiyono (2022) mencatat bahwa variabel ini juga

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki beberapa sebutan lain, yaitu variabel stimulus, prediktor, atau anteseden. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel bebas yaitu:

- a. Variabel Bebas (X1) : Fanatisme
- b. Variabel Bebas (X2) : Kontrol Diri
2. Variabel Terikat

Menurut Subakti dkk. (2021), variabel terikat didefinisikan sebagai variabel yang kondisinya dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Sugiyono (2022) menambahkan bahwa variabel ini juga dikenal dengan beberapa istilah lain, yaitu variabel output, kriteria, atau konsekuensi.

Variabel terikat (Y) pada penelitian ini yaitu : *impulsive buying*.

## **E. Definisi Operasional**

Dalam penelitian, kejelasan konseptual mengenai atribut yang dijadikan objek ukur merupakan hal yang sangat penting (Azwar, 2021). Oleh karena itu, setiap variabel penelitian wajib memiliki definisi operasional. Penetapan definisi operasional ini diperlukan agar peneliti dapat menghindari perbedaan penafsiran atau kerancuan makna terhadap variabel yang diteliti (Mukhid, 2021). Adapun definisi operasional dari variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Fanatisme

Fanatisme adalah keterikatan emosional dan psikologis yang mendalam terhadap idola atau grup K-Pop, yang tercermin melalui loyalitas tinggi, identifikasi diri dengan grup atau idola, dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengabdian aktif dalam berbagai bentuk dukungan. Diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan karakteristik fanatisme dari Marimaa (2011) yaitu: keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak, berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain, pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan, dan pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian.

## 2. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan penggemar K-Pop untuk menunda atau mengendalikan dorongan, emosi, dan keinginan untuk membeli barang atau berpartisipasi dalam aktivitas yang berkaitan dengan idola K-Pop, guna mencapai tujuan jangka panjang atau menghindari perilaku konsumtif yang tidak diinginkan. Diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek kontrol diri menurut Tangney dkk., (2004) tersebut antara lain: *self-discipline, deliberate/nonimpulsive, healthy habits, work ethic, dan reability*.

## 3. *Impulsive Buying*

*Impulsive buying* merupakan perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan, cepat, tanpa perencanaan, dan seringkali didorong oleh emosi sesaat, yang dialami oleh penggemar K-Pop dalam konteks pembelian produk-produk yang berkaitan dengan idolanya, seperti album, merchandise, tiket konser, dan produk endorse. Diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

*impulsive buying* yang dikemukakan oleh Herabadi, Verplanken dan Knippenberg (2009) yaitu aspek kognitif dan aspek afektif.

## **F. Teknik Dan Instrument Pengumpulan Data**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian (Idrus, 2009). Dalam studi ini, instrumen utama yang digunakan berupa skala. Azwar (2012) menjelaskan bahwa skala adalah alat ukur dengan stimulus berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang bertujuan menggambarkan indikator perilaku dari suatu atribut, bukan mengukur atribut tersebut secara langsung. Penelitian ini menerapkan Skala Likert dengan lima pilihan jawaban. Secara khusus, digunakan tiga jenis skala untuk mengukur atribut yang diperlukan, yaitu skala fanatisme, skala kontrol diri, dan skala *impulsive buying*.

### **2. Instrument Pengumpulan Data**

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan Skala Likert yang menyediakan lima pilihan respons. Item (pernyataan) dalam skala ini disusun menjadi dua jenis: aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Aitem *favorable* merupakan pernyataan positif yang mendukung aspek-aspek variabel, sedangkan aitem *unfavorable* adalah pernyataan negatif yang tidak sejalan dengan aspek variabel yang diukur.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**a. Skala Fanatisme**

Alat ukur yang digunakan adalah skala fanatisme. Skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek fanatisme dikemukakan oleh Marimaa (2011). Adapun aspek-aspek tersebut yaitu: keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak, berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain, pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan, dan pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian.

Fanatisme diukur menggunakan skala yang telah peneliti susun dan digunakan pada tahun 2023 yang terdiri dari 17 aitem soal. Dengan nilai hasil psikometri pada uji koefisien reliabilitas *alpha cronbach* yaitu 0,886. Mengacu pada koefisien aitem total bergerak antara 0,319 – 0,680.

Skor total diperoleh dengan menjumlahkan skor yang diperoleh penggemar K-Pop di pekanbaru pada setiap butir skalanya. Tingginya skor yang diperoleh penggemar K-Pop di pekanbaru menunjukkan tingginya fanatisme yang dimiliki oleh penggemar K-Pop di pekanbaru, Sebaliknya, rendahnya skor menunjukkan rendahnya fanatisme yang dimiliki oleh penggemar K-Pop di pekanbaru.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3. 11. Blue Print Skala Fanatisme (Sebelum Try Out)**

No	Dimensi	Indikator	No. Aitem		jml
			Favorable	Unfavorable	
1	Keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak	Percaya bahwa pemahamannya benar	1, 5, 3	9*	4
2	Berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain	Penggemar memaksakan keyakinannya pada orang lain	2, 11	15*	3
		Menekan orang yang berbeda pendapat dengannya	8*, 16	7	3
3	Pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan	Loyalitas penggemar	6,12, 13	17	4
4	Pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian	Loyalitas penggemar lebih penting dari idolanya	10, 4	14*	3
<b>Total</b>			<b>12</b>	<b>5</b>	<b>17</b>

Catatan:\*= aitem gugur &lt;0,25

Untuk respon jawaban dari skala Fanatisme adalah: “sangat tidak sesuai”, “tidak sesuai”, “netral”, “sesuai”, dan “sangat sesuai”.

**Tabel 3. 12 Sistem Penilaian Skala Fanatisme**

	Respon	Skor	
		Favorable	Unfavorable
1	Sangat Sesuai (SS)	5	1
2	Sesuai (S)	4	2
3	Netral (N)	3	3
4	Tidak Sesuai (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**b. Skala Kontrol Diri**

Instrumen kontrol diri dalam penelitian ini diukur menggunakan self-control scale yang dikembangkan oleh Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) dan telah diadaptasi oleh Arifin dan Milla (2020), dengan nilai reliabilitas cronbach's alpha sebesar 0,81. Skala ini terdiri atas 13 item yang mewakili lima aspek kontrol diri, dengan 9 item bersifat unfavorable. Respon diberikan pada rentang 1 hingga 5, mulai dari sangat tidak sesuai hingga sangat sesuai. Model pengukuran unidimensional pada skala ini menunjukkan kecocokan yang baik (CFI = 0,97, RMSEA = 0,04, SRMR = 0,05).

Penelitian ini menggunakan *Brief Self-Control Scale* yang terdiri dari 13 item dengan struktur unidimensional. Skala kontrol diri atau Self-Control Scale (SCS) awalnya dikembangkan sebagai instrumen 36 item oleh Tangney, Baumeister, dan Boone (2004), yang tersedia dalam dua bentuk, yaitu versi lengkap (36 item) dan versi singkat (13 item). Item-item tersebut disusun berdasarkan empat domain perilaku yang menggambarkan kontrol diri, yaitu pengendalian emosi, pikiran, impuls, dan performa (Baumeister, Heatherton, & Tice, 1994). Versi singkat (*Brief Self-Control Scale*) menjadi bentuk yang paling sering digunakan dalam penelitian mengenai kontrol diri.

Analisis faktor yang dilakukan oleh Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) mengelompokkan 36 item tersebut ke dalam lima dimensi, yaitu *self-discipline* (11 item), *deliberate/nonimpulsive* (10

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

item), *healthy habits* (7 item), *work ethic* (5 item), dan *reliability* (5 item). Jumlah total menjadi 38 item karena beberapa item berada pada lebih dari satu dimensi. Meskipun terdapat pengelompokan dimensi, para peneliti menyimpulkan bahwa secara keseluruhan skala kontrol diri tetap bersifat unidimensional.

Skor total dalam penelitian ini diperoleh dari penjumlahan skor setiap item yang diisi oleh penggemar K-Pop di Pekanbaru. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki responden. Sebaliknya, skor yang rendah menunjukkan tingkat kontrol diri yang lebih rendah.

**Tabel 3. 13 Blue Print Skala Kontrol Diri (Sebelum Try Out)**

Dimensi	No. Aitem	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
kontrol diri	1, 9, 12, 13	2, 3, 4, 5, 6*, 7, 8, 10, 11
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>9</b>

Catatan:\*= aitem gugur <0,25

Untuk respon jawaban dari skala Fanatisme adalah: “sangat tidak sesuai”, “tidak sesuai”, “netral”, “sesuai”, dan “sangat sesuai”.

**Tabel 3. 14 Sistem Penilaian Skala Kontrol Diri**

No	Respon	Skor	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Sangat Sesuai (SS)	5	1
2	Sesuai (S)	4	2
3	Netral (N)	3	3
4	Tidak Sesuai (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### c. Skala *Impulsive buying*

Alat ukur yang digunakan adalah skala *impulsive buying*. Skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek *impulsive buying* dikemukakan oleh Verplanken dan Herabadi (2011). Adapun aspek-aspek tersebut yaitu: aspek kognitif dan aspek afektif.

*Impulsive buying* diukur menggunakan skala yang telah peneliti susun dan digunakan pada tahun 2023 yang terdiri dari 23 aitem soal. Dengan nilai hasil psikometri pada uji koefisien reliabilitas *alpha cronbach* yaitu 0,908. Mengacu pada koefisien aitem total bergerak antara 0,399 – 0,788.

Skor total dihitung dengan menjumlahkan nilai yang diberikan penggemar K-Pop di Pekanbaru pada setiap item skala. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi tingkat *impulsive buying* yang dimiliki oleh penggemar K-Pop di Pekanbaru. Sebaliknya, skor yang lebih rendah mencerminkan rendahnya kecenderungan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop di Pekanbaru.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3. 15 Blue Print Skala *Impulsive Buying* (Sebelum Try Out)**

No	Dimensi	Indikator	No. Aitem		Jml
			Favorable	Unfavorable	
1	Aspek kognitif	Kurang mampu mempertimbangkan pembelian	1, 23	11,14,17	5
		Kurang mampu merencanakan suatu pembelian	5,7,9, 20	22*	5
2	Aspek afektif	Dorongan emosional ketika membeli tanpa rencana	2,6, 12*,15,18	4,8,10	8
		Muncul perasaan senang dan kemungkinan penyesalan setelahnya	13, 16*,19*, 21*	3*	5
<b>Total</b>			<b>15</b>	<b>8</b>	<b>23</b>

Catatan:\*= aitem gugur <0,25

respon jawaban dari skala *Impulsive Buying* adalah: “hampir tidak pernah”, “sangat jarang”, “kadang-kadang”, “sangat sering”, dan “hampir selalu”.

**Tabel 3. 16 Sistem Penilaian Skala *Impulsive Buying***

No	Respon	Skor	
		Favorable	Unfavorable
1	Hampir Selalu (HS)	5	1
2	Sangat Sering (SS)	4	2
3	Kadang-kadang (K)	3	3
4	Sangat Jarang (SJ)	2	4
5	Hampir Tidak Pernah (HTP)	1	5

## G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data sebenarnya, perlu dilakukan uji coba (try out) terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat validitas, reliabilitas, dan objektivitasnya (Kunto, 2013). Instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sementara reliabilitas berkaitan dengan konsistensi hasil pengukuran yang tetap stabil meskipun dilakukan berulang kali pada objek yang sama (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

### 1. Validitas

Uji validitas perlu dilakukan untuk memastikan bahwa skala psikologi dapat menghasilkan data yang tepat dan sesuai dengan tujuan pengukurannya (Azwar, 2019). Pada penelitian ini, validitas yang digunakan adalah validitas isi (*content validity*). Alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur konsep yang memang hendak diukur; apabila instrumen menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran, maka validitasnya dianggap rendah (Azwar, 2009). Setelah validitas konseptual ditetapkan, instrumen akan melalui tahap uji coba, kemudian hasilnya dianalisis melalui analisis aitem. Validitas isi diperoleh melalui pertimbangan para ahli (*professional judgement*), yaitu Dr. Hijriati Cucuani, M.Psi., Psikolog dan Dr. Harmaini, M.Si.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian benar-benar valid. Untuk menilai kelayakan masing-masing aitem, instrumen terlebih dahulu dikonsultasikan kepada para ahli. Selanjutnya, dilakukan uji coba dengan menghitung korelasi antara skor setiap aitem dan skor total, atau dengan melihat daya pembeda tiap aitem (Sugiyono, 2017).

## 2. Daya Beda Aitem

Daya beda merujuk pada sejauh mana suatu item mampu memisahkan individu yang memiliki atribut yang diukur dari individu yang tidak memiliki. Indeks ini juga dikenal sebagai konsistensi aitem-total, karena mencerminkan kesesuaian antara fungsi item individu dengan fungsi skala secara keseluruhan (Azwar, 2010).

Untuk menilai daya diskriminasi, peneliti melakukan uji coba (*try out*). Kriteria pemilihan aitem yang utama adalah aitem dianggap layak jika memiliki indeks diskriminasi sama atau lebih dari 0,30. Namun, Azwar (2010) memberikan pertimbangan bahwa apabila jumlah aitem yang lolos standar tersebut belum memadai, batas minimal indeks diskriminasi dapat diturunkan menjadi 0,25.

Fanatisme memiliki 17 item, setelah melakukan uji coba pertama (*Try Out*) terdapat 3 item yang telah gugur dan 14 item valid. Selanjutnya pada uji coba kedua (*try out*) setelah 3 aitem dengan nilai dibawah 0,25 dikeluarkan, terdapat 1 aitem no 14 dibawah nilai 0,25. Maka disimpulkan bahwa terdapat 13 aitem memiliki validitas yang baik serta bisa digunakan oleh peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai skala fanatisme. Mengacu pada koefisien aitem total bergerak antara  $0,272 - 0,753$ .

Kemudian peneliti melakukan pembuangan pada beberapa aitem yang gugur, selanjutnya peneliti perlu melakukan perubahan urutan pada skala fanatisme sesuai dengan aitem yang valid. Adapun *blueprint* skala fanatisme setelah gugur beberapa aitem di dalamnya dengan melakukan penomoran ulang sebagai berikut:

**Tabel 3. 17 Blue Print Skala Fanatisme**

No	Dimensi	Indikator	No. Aitem		jml
			Favorable	Unfavorable	
1	Keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak	Percaya bahwa pemahamannya benar	1, 5, 3		3
2	Berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain	Penggemar memaksakan keyakinannya pada orang lain Menekan orang yang berbeda pendapat dengannya	2, 11 9	7	2
3	Pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan Pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian	Pengabdian Loyalitas penggemar Loyalitas penggemar lebih penting dari idolanya	6,12, 13 10, 4	8	4
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>2</b>	<b>13</b>

Dari hasil *try out* terhadap 13 aitem pada skala kontrol diri, terdapat 1 aitem yang dinyatakan gugur, sementara 12 aitem valid. Mengacu pada koefisien aitem total bergerak antara  $0,282 - 0,693$ . Maka disimpulkan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahwa terdapat 12 aitem memiliki validitas yang baik serta bisa digunakan oleh peneliti sebagai skala kontrol diri. Kemudian peneliti melakukan pembuangan pada beberapa aitem yang gugur, selanjutnya peneliti perlu melakukan perubahan urutan pada skala kontrol diri sesuai dengan aitem yang valid. Adapun *blueprint* skala kontrol diri setelah gugur beberapa aitem di dalamnya dengan melakukan penomoran ulang sebagai berikut :

**Tabel 3. 18 Blue Print Skala Kontrol Diri**

<b>Dimensi</b>	<b>No. Aitem</b>	
	<b>Favorable</b>	<b>Unfavorable</b>
kontrol diri	1, 9, 12, 6	2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>8</b>

Dari hasil *try out* terhadap 23 aitem pada skala *impulsive buying*, terdapat 4 aitem yang dinyatakan gugur, sementara 19 aitem valid. Selanjutnya pada uji coba kedua (*try out*) terdapat 2 aitem dengan nilai dibawah 0,25 dikeluarkan yaitu: aitem no 12 dan no 21 dibawah nilai 0,25. Maka disimpulkan bahwa 17 aitem tersebut memiliki validitas yang baik serta bisa digunakan oleh peneliti sebagai skala *impulsive buying*. Mengacu pada koefisien aitem total bergerak antara 0,405 – 0,733. Kemudian peneliti melakukan pembuangan pada beberapa aitem yang gugur, selanjutnya peneliti perlu melakukan perubahan urutan pada skala kontrol diri sesuai dengan aitem yang valid. Adapun *blueprint* skala kontrol diri setelah gugur beberapa aitem di dalamnya dengan melakukan penomoran ulang sebagai berikut :

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 3. 19 Blue Print Skala *Impulsive Buying***

No	Dimensi	Indikator	No. Aitem		Jml
			Favorable	Unfavorable	
1	Aspek kognitif	Kurang mampu mempertimbangkan pembelian	1, 16	11,14,17	5
		Kurang mampu merencanakan suatu pembelian	5,7,9, 3		4
2	Aspek afektif	Dorongan emosional ketika membeli tanpa rencana	2,6, 15, 12	4,8,10	7
		Muncul perasaan senang dan kemungkinan penyesalan setelahnya	13		1
<b>Total</b>			<b>11</b>	<b>6</b>	<b>17</b>

**3. Reliabilitas**

Reliabilitas mengacu pada kemampuan suatu alat ukur dalam menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya (Azwar, 2018).

Instrumen dikatakan reliabel apabila mampu memberikan hasil ukur yang stabil sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpul data yang kredibel.

Pada penelitian ini, reliabilitas instrumen dianalisis menggunakan program SPSS versi 25 dengan memanfaatkan koefisien Cronbach's Alpha. Nilai koefisien reliabilitas berada pada rentang 0 hingga 1; semakin mendekati angka 1 berarti tingkat reliabilitas semakin tinggi, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan reliabilitas yang rendah (Azwar, 2014).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**Tabel 3. 20 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
Fanatisme	0,846	<i>Reliable</i>
Kontrol Diri	0,824	<i>Reliable</i>
<i>Impulsive Buying</i>	0,896	<i>Reliable</i>

**H. Teknik Analisis Data****1. Uji Asumsi**

Uji asumsi digunakan untuk memastikan apakah data penelitian bersifat normal atau hanya menunjukkan kesalahan pengambilan sampel (*sampling error*). Beberapa jenis uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan mengetahui apakah data pada masing-masing variabel berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui SPSS 25.00 for Windows. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi  $p > 0,05$ , sedangkan  $p < 0,05$  menunjukkan data tidak normal.

**b. Uji Linieritas**

Uji linieritas dilakukan untuk memastikan apakah hubungan antara variabel-variabel penelitian bersifat linear. Uji ini membantu melihat bagaimana variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y) secara positif maupun negatif. Pengujian dilakukan menggunakan SPSS 25.00 for Windows sebagai prasyarat analisis korelasi dan regresi linear.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**c. Uji Multikoliniaritas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya hubungan kuat antarvariabel bebas dalam model regresi berganda. Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance  $> 0,10$  dan *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ .

**d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menentukan apakah varians residual antar pengamatan bersifat sama atau tidak (Ghozali, 2018). Jika varians residual konstan, kondisi tersebut disebut homoskedastisitas; jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Uji ini memastikan bahwa model memenuhi asumsi homoskedastisitas.

**2. Uji Hipotesis**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Analisis ini berfungsi menguji hipotesis mengenai hubungan antara variabel dependen dan memprediksi seberapa besar pengaruh variabel bebas, yaitu fanatisme dan kontrol diri, terhadap *impulsive buying*. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 25 for Windows.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB V****KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini disajikan kesimpulan yang ditemukan dari penelitian guna menjawab masalah pada penelitian berlandaskan analisis data yang telah dilakukan. Selanjutnya pada bab ini akan disajikan beberapa saran yang dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya.

**A. Kesimpulan**

Berlandaskan dari penelitian yang dilakukan, sehingga peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara fanatisme dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop. Dengan arah hubungan positif, yang berarti semakin tinggi fanatisme yang dimiliki oleh penggemar K-Pop, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan *impulsive buying*. Sebaliknya, penggemar K-Pop dengan tingkat fanatisme yang rendah cenderung lebih rendah terjadi *impulsive buying*.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop. Dengan arah hubungan yang terjalin bersifat negatif, menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri penggemar K-Pop, maka semakin rendah kemungkinan mereka melakukan *impulsive buying*. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri dapat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkat kecenderungan penggemar K-Pop untuk melakukan *impulsive buying*.

3. Terdapat hubungan antara fanatisme dan kontrol diri secara simultan dengan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop. Dimana individu dengan fanatisme yang tinggi dan kontrol diri yang rendah memungkinkan individu untuk cenderung melakukan *impulsive buying*.
4. Kategorisasi fanatisme pada penggemar K-Pop terletak pada kategori sedang. Kontrol diri dalam kategori sedang dan *impulsive buying* kategori rendah dan sedang dengan jumlah persentase yang sama pada seluruh jumlah subjek.
5. Penelitian ini juga mengungkap adanya perbedaan signifikan dalam *impulsive buying* berdasarkan usia. Dimana *impulsive buying* penggemar yang berusia 12-15 tahun (remaja awal) lebih tinggi. sedangkan perbedaan signifikan *impulsive buying* berdasarkan jenis kelamin, status keanggotaan fandom, dan durasi menjadi penggemar tidak ditemukan perbedaan yang signifikan dalam *impulsive buying*. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor demografis turut berkontribusi terhadap variasi dalam *impulsive buying* yang muncul pada penggemar K-Pop.

**B. Saran**

Berikut ini merupakan beberapa saran yang peneliti ajukan kepada pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Penggemar K-Pop

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *impulsive buying* berada pada kategori sedang dan rendah, serta adanya pengaruh fanatisme dan kontrol diri secara simultan terhadap perilaku tersebut, penggemar K-Pop disarankan meningkatkan kesadaran terhadap dorongan emosional sebelum melakukan pembelian dengan memberikan jeda dalam pengambilan keputusan serta menetapkan batas pengeluaran khusus untuk aktivitas fandom. Mengingat fanatisme berpengaruh terhadap *impulsive buying* dan kontrol diri berperan sebagai penghambat, penggemar diharapkan mampu mengelola keterikatan emosional secara lebih sehat dengan menyalurkan dukungan kepada idola melalui bentuk non-finansial.

## 2. Komunitas/ fandom K-Pop

Dengan fanatisme dan kontrol diri yang berada pada kategori sedang serta *impulsive buying* pada kategori rendah hingga sedang, komunitas sebaiknya mendorong anggotanya untuk mengekspresikan rasa suka melalui kegiatan positif yang tidak selalu menuntut biaya besar, seperti membuat konten kreatif atau kegiatan sosial.

## 3. Peneliti selanjutnya

Temuan ini membuka peluang untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin memengaruhi *impulsive buying*, seperti faktor internal seperti keperibadian, gaya hidup, ekonomi, dan suasana hati seseorang. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang lebih beragam, seperti kualitatif atau *mixed methods*, dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengenai dinamika fanatisme, kontrol diri, dan *impulsive buying* pada penggemar K-Pop. Sehingga penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan melibatkan variabel kontekstual lain agar hasilnya lebih representatif serta memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumtif penggemar K-Pop.

## DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Abdillah, R., & Ramadhani, R. N. (2024). Kontrol Diri dan Impulsive Buying pada Penggemar K-Pop di Komunitas X. *Jurnal Psikologi*, 20(2), 63-69.
- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123-130.
- Ahmed, R. S., & Nasir, A. (2024). Investigating the Impact of Influencer's Marketing on Online Impulsive Buying Behavior with the Mediating Role of E-WOM, Fanaticism and Value Shopping. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 12(2), 972–986. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2024.v12i2.2148>
- Algina, J., & Crocker, L. (2008). *Introduction to Classical and Modern Test Theory*. CENGAGE Learning.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI) Cetakan XII*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol Diri Ditinjau dari Impulsive Buying pada Belanja Online. *Jurnal IlmiahPsyche*, 11(2), 63–74.
- Asrie, N. D., & Misrawati, D. (2020). Celebrity worship dan Impulsive buying pada Penggemar KPOP Idol. *Journal of Psychological Perspective*. 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.47679/jopp.022.12200008>
- Aurelia, A. Z., & Oktaviana, M. (2023). Celebrity Worship Dan Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Penggemar Bts. *WACANA*, 15(2), 144-151.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological bulletin*, 80(4), 286.
- Ayunita, T. P., & Andriani, F. (2018). Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik K-POP. Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, 02(01), 676–685. <http://pknk.web.id/index.php/PKNK/article/view/202>
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas (IV)*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi (II)*. Pustaka Pelajar.

©

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Bas, V., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, 71-83.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current directions in psychological science*, 16(6), 351-355.
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80092-X](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80092-X)
- Beran, M. (2015). The comparative science of “self-control”: what are we talking about?. *Frontiers in Psychology*, 6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00051>.
- Brooks, S. K. (2021). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864-886. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Chan, T. K. H., Cheung, C. M. K., & Lee, Z. W. Y. (2017). The state of online impulse-buying research: A literature analysis. *Information & Management*, 54(2), 204-217.
- Chaplin, J. P. 2006. Kamus Lengkap Psikologi (Kartini Kartono, Trans). PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Chapman, S., McLeod, K., Wakefield, M., & Holding, S. (2005). Impact of news celebrity illness on breast cancer screening: Kylie Minogue's breast cancer diagnosis. *Medical Journal of Australia*, 183(5), 247-250. <https://doi.org/10.5694/j.1326-5377.2005.tb07029.x>
- Charan, Y. Y. P., & Rahayu, M. N. M. (2022). Self-control dan impulsive buying wanita dewasa awal pada masa pandemi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(4), 662-670.
- Charistia, A. J., Matulessy, A., & Pratitis, N. (2022). Perilaku konsumtif ditinjau dari kontrol diri dan celebrity worship penggemar NCT. *INNER : Journal of Psychological Research*, 2(1), 96-107.
- Chita, R. C. M., Lydia, D., & Cicilia, P. (2015). Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, Vol 3. No 1. Hal 297-302
- Chung, E., Beverland, M. B., Farrelly, F., & Quester, P. (2008). Exploring consumer fanaticism: Extraordinary devotion in the consumption context. *Advances in Consumer Research*, 35, 333-340.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Damasta, G., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4), 13– 18.
- Deveci, G., & Ercis, A. (2017). Determining the influence of fanatical tendencies on consumption styles based on lifestyles. *Marketing and Branding Research*, 4, 33-49.
- DeWall, C. N., Finkel, E.J., & Denson, T.F. (2011). Self-control inhibits aggression. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(7), 458-472.
- Diba, D. S. (2013). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(3).
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1995). Gender identity and material symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases. *Journal of economic psychology*, 16(3), 491-511.
- Donald W, B. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychyatry*, 14-18.
- Duckworth, A., Taxer, J., Galla, B., Gross, J., & Eskreis-Winkler, L. (2019). Self-Control and Academic Achievement.. *Annual review of psychology*, 70, 373-399 . <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-103230>.
- Duan, X. (2025). Mental simulation and compulsive buying: a multiple mediation model through impulse buying and self-control. *Frontiers in Psychology*, 16, 1507031.
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora*, 3(1), 59– 72.
- Elyana, T. V. (2025). Hubungan Fanatisme Dengan Implulsive Buying Pada Remaja K-Popers. *Prosiding Volume 3 Simposium Penelitian Sarjana Ke-4 2025*, 309.
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika fanatisme penggemar k-pop pada komunitas bts-army medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194–201.
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. . (2023). Fanaticism of Consumptive Behavior of Merchandise Purchasing in Student Boyband Fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2339>

©

Fuschillo, G. (2018). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>

Gailliot, M. T., Baumeister, R. F., DeWall, C. N., Maner, J. K., Plant, E. A., Tice, D. M., Brewer, L. E., & Schmeichel, B. J. (2007). Self-control relies on glucose as a limited energy source: willpower is more than a metaphor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(2), 325.

Gommans, R, et al., (2017). Popularity, likeability, and peer conformity: Four field experiments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 73. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.10.0.01>

Ghufron, Nur, M., & Risnawati, S, R. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Herabadi, A. G. (2003). *Buying impulses: A study on impulsive consumption*. Sl: sn.

Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi perkembangan; suatu perkembangan sepanjang rentang kehidupan*. (R. M. Sijabat, Ed.) (5th ed.). Erlangga.

J Maltby., L. D. (2004). Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Gillett, R., Houran, J., Personality and coping: a context for examining celebrity worship and mental health. *Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D.D. (2004). Personality and CopiBritish Journal of Psychology* , Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L.E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D.D. (2004). Personality and Coping: 411-428.

Janah, M. (2014). Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita Yang Memiliki Fanatisme K-POP Di Samarinda. 2(1), 34–40.

Japutra, A., Ekinci, Y., & Simkin, L. (2022). Discovering the dark side of brand attachment: Impulsive buying, obsessive-compulsive buying and trash talking. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.020>

Jung, S., & Shim, D. (2014). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the ‘Gangnam Style’phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 485-501.

Khairunnisa, A. F., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2021). Impulsive Buying Pada Fans K-Pop Di Twitter. *Jurnal Psikohumaniora*, 13(2), 1–9. <https://doi.org/10.31001/j.psi.v13i2.1332>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Khelsea, Y. O., Tranggono, D., Claretta, D., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi virtual perilaku impulsive buying remaja Muslimah penggemar K-Pop di Surabaya. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 264-289.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip-prinsip pemasaran manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Laila, N. H. (2024). *Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Pecinta K-Pop Di Pekalongan Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating* (Doctoral dissertation, UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Lee, H., Chung, N., & Song, H. (2017). Consumers' impulsive buying behavior of restaurant products in social commerce. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29, 709-731. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0608>.
- Luo, T. (2020). Fan culture and consumer behavior: How fandom drives impulsive consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(5), 481–492.
- Marimaa, K. (2011). The many faces of fanaticism. *KVÜÖA toimetised*, (14), 29-55.
- McCutcheon, L. E., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptualization and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*, 93(1), 67–87.
- Muhyiddin, N. T., Harahap, L. R., Andriana, I., Tarmizi, M. I., & Farhan, M. (2020). *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam dan Konvensional*. Penerbit Peneleh.
- Mukaromah, M. A., Zulva, T. N. I., Malida, O. N., & Oktafia, Y. (2021). Analisis Psikopatologi Kecenderungan Impulsive Buying pada Salah Satu Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 12(02), 117-124.
- Muruganantham, G., & Bhakat, R. S. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 5(3), 149–160. <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n3p149>
- Maulana, A., Mukhlis, & Novalia, N. (2019). The Effect of Shopping Life Style and Positive Emotion on Buying Impulse (Case Study of the Palembang City Hypermarket. *Information Management and Business Review*, 11(1), 1–9. <https://doi.org/10.33329/0033-2909.I26.1.78>
- Muslich, M. (2017). Hubungan antara Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Supporter Lazio di Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 4(1).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Myers, D. (2012). *Psikologi sosial* (edisi 10.). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*. <https://doi.org/10.31294/JC.V21I2.10319>.
- Naomi, P., & Mayasari, I. (2008). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian kompulsif. *Telaah Bisnis*, 9(2), 179-193.
- Nursanti, M. I., & Lukmantoro, T. (2013). Analisis Deskriptif Penggemar K-POP Sebagai Audiens Media Dalam Mengonsumsi Dan Memaknai Teks Budaya. *Interaksi Online*, 2(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259>.
- Nyrhinen, J., Wilska, T., Koskelainen, T., Munnukka, J., & Sirola, A. (2023). Online antecedents for young consumers' impulse buying behavior. *Comput. Hum. Behav.*, 153, 108129. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108129>.
- O'Guinn, T., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: a phenomenological exploration. *The Jurnal of Consumer Research Vol. 19*, 147-157.
- Pakpahan, E. Y., Adriansyah, M. A., & Putri, E. T. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan fanatisme terhadap perilaku konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(4), 727-743.
- Pamungkas, I., & Na'imah, T. (2022). Dimensi-dimensi Gaya Hidup Konsumtif pada Remaja. *PSIMPHONI*, 3(1), 1-7.
- Park, C., & Kim, Y. K. (2014). *The role of social network websites in the consumer-brand relationship*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 460-467.
- Park, H. J., Rabolt, N. J., & Jeon, K. S. (2007). Purchasing global luxury brands among young Korean consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(1), 45–59.
- Pemayun, T., & Ekawati, N. (2016). Pengaruh Promosi, Atmosfer Gerai, Dan Merchandise Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy'S Mall Gatsu Denpasar. *None*, 5(7), 244242.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas Dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave. *Psikoborneo*, 1(2), 84–90. <http://ejournals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3286>
- Prakoso, Septyan Adhi. 2013. Fanatisme Supporter Sepak Bola Ditinjau dari Tingkat Pendidikan. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

©

Pak cipta milik IN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Pradana, E & Suparna, G. (2016). *Pengaruh Store Environment Dan Impulse Buying Tendency Terhadap Urge To Buy Impulsively Dan Impulse Buying Behaviour* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Pradana, M., Afriyenti, L., & Nasir, N. (2025). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Penggemar Boyband Korea Nct. *SOUL: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*. <https://doi.org/10.33558/soul.v17i1.10591>.
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 125. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- Putrianti, F., Argiati, S., & Puspitasari, D. (2022). Impulsive Buying Ditinjau Dari Kontrol Diri Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop Di Yogyakarta. *Journal of Psychology Students*. <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16977>.
- Rahmah, R., Anggriani, R., & Faerrosa, L. (2023). Netnography of The Linkages Between Celebrity Worship and Impulsive Buying on a Treasure Album Product. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v4i2.463>.
- Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku Impulsive Buying pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee Ditinjau dari Kontrol Diri. *JCA of Psychology*, 3(01).
- Raudah, R., Sagir, A., & Komalasari, S. (2025). Fanatisme Dan Perilaku Konsumtif Fandom ARMY (Adorable Representative MC for Youth). *Jurnal Al-Husna*, 6(1), 15-26.
- Rini, K. S. (2013). Pengaruh kontrol diri, motivasi, dan materialisme terhadap prilaku pembelian compulsif (survei pada mahasiswa universitas muhamadiyah Purworejo). *Journal Of Management* .
- Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). Cooking up a recipe for self-control: The three ingredients of self-control and its impact on impulse buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 173–188.
- Rook, D. W. (1987). The Impulse Buying. *Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance*, 14(2), 189–199. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-65923-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-65923-3_2)
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305–313. <https://doi.org/10.1086/209452>
- Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. Princeton University Press.
- Roy F, B. (2002). Yielding to Temptation: Self control failure, impulse purchasing and consumer behavior. *Journal of Consumer Research* , 670-676.

©

- Sari, F., & Handayani, N. S. (2020). Kontrol diri dan pembelian impulsif pakaian pada remaja penggemar K-Pop. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 179-188.
- Sari, W., & Wibowo, D. (2024). Enhancing Self-Control: Counseling Strategies to Mitigate Consumptive Behavior in K-Pop Fans. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v8i2.2034>.
- Santrock, J.W. 2007. *Psikologi Perkembangan*. Ed 11 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Seregina, A., Koivisto, E., & Mattila, P. (2011). Fanaticism - Its Development and Meanings in Consumers' Lives. Aalto University School of Economics, 1–101.  
[http://www.aaltomediamark.org/wpcontent/uploads/2011/12/MediaMark\\_A\\_nastasiaSeregina.pdf](http://www.aaltomediamark.org/wpcontent/uploads/2011/12/MediaMark_A_nastasiaSeregina.pdf)
- Situmorang, N. (2020). Tingkat Fanatisme Penggemar Musik Pop Korea (K-Poppers) Terhadap Budaya K-Pop Pada Komunitas EXO-L Pekanbaru. *JOM FISIP*, 7, 151–156.
- Stephen J, H., & Lowestine, G. F. (1991). Time inconsistent preference and consumer self control. *Journal of Consumer Research* , 492-507.
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. alfabeta.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, N.B., Mawardi, K.P., & Nugroho .W. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen: Panduan riset kajian, kepuasaan, perilaku pembelian, gaya hidup, loyalitas dan persepsi risiko*. Bogor: PT IPB Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan r&b*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Syafebti, D., Afriyenti, L. U., & Fitriyana, R. (2023). Kontrol Diri Dan Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *SOUL: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 15(1), 50-59.
- Tangney, J. P., Baumister, R. F., & Boone, A.L. (2014). High Self-Control Predict Good Adjustment, Less, Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal Of Personality*. 72(2). 271-282.
- Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research*, 9(1), 51–72. <https://doi.org/10.1108/13522750610640558>
- Tinarbuko, S. (2006). Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogyakarta. Kompas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Statistician: University of Sultan Syarif Kasim Riau

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Tyoni, A. F. (2022). *Pengaruh Celebrity Worship dan Self-esteem terhadap Impulsive Buying pada Penggemar K-POP Dewasa Awal* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Umar, A., Liesl, R., Himawan, N., & Mustikasari, F. (2023). The influence of korean brand ambassador on hedonic shopping motivation moderated by fanaticism toward impulsive buying behavior in e-commerce. *Figure, 1*, 2152-64.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197–210. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9158-5>
- Waradhika, N. G., & Hakimah, E. N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Penjualan, Dan Harga Terhadap Impulse Buying Penggemar Nct Dream Pada Produk Mie Lemonilo Edisi Nct Dream. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 3, 729-739.
- Widarti. (2016). Konformitas dan Fanatisme Remaja kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grub Musik CN Blue). *Jurnal Komunikasi*, vii no.2.
- Wolfe, S. E., & Higgins, G. E. (2008). Selfcontrol and perceived behavioral control: An examination of college student drinking. *Applied Psychology in Criminal Justice*, 4, 108-134
- Xiao, J. J., Tang, C., & Shim, S. (2009). Acting for happiness: Financial behavior and life satisfaction of college students. *Social indicators research*, 92(1), 53-68.
- Yahya, A. D., & Megalia, M. (2017). Pengaruh Konseling Cognitif Behavior Therapy (CBT) dengan Teknik Self Control untuk Mengurangi Perilaku Agresif Peserta Didik Kelas VIII di SMPN 9 Bandar Lampung Tahun Pelajaran 2016/2017. *KONSELI: Jurnal Bimbingan dan Konseling (E-Journal)*, 3(2), 133-146.
- Yim, M. Y. C. (2017). When shoppers don't have enough self-control resources: An examination of the role of self-control depletion in impulse buying. *Journal of Consumer Marketing*, 34(2), 134–146.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

©

Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(1), 35-48.

Zhang, Y., & Kim, S. (2013). Consumer fan involvement and impulsive buying in sports marketing. *Journal of Global Marketing*, 26(3), 168–181.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN A**

### **LEMBAR VALIDASI**

**UIN SUSKA RIAU**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LEMBAR VALIDASI ALAT UKUR**

### **SKALA PERILAKU FANATISME**

**1. Defenisi operasional**

Fanatisme adalah keterikatan emosional dan psikologis yang mendalam terhadap idola atau grup K-Pop, yang tercermin melalui loyalitas tinggi, identifikasi diri dengan grup atau idola, dan pengabdian aktif dalam berbagai bentuk dukungan.

**2. Skala yang digunakan**

Diukur menggunakan skala yang disusun berdasarkan karakteristik fanatisme dari Marimaa (2011) yaitu: keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak, berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain, pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan, dan pengabdian lebih penting daripada objek pengabdian. Fanatisme diukur menggunakan skala yang telah peneliti susun dan digunakan pada tahun 2023 dengan koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* sebesar 0,886.

] Buat Sendiri

] Modifikasi

] Adaptasi

**3. Jumlah aitem yang digunakan : 17 aitem****4. Jenis dan format respon : menggunakan skala likert dengan format respon yaitu sebagai berikut :**

Sangat Tidak Sesuai [STS]

Tidak Sesuai [TS]

Netral [N]

Sesuai [S]

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sangat Sesuai [SS]

**5. Penilaian setiap butir (aitem) :**

Relevan [R]

Kurang Relevan [KR]

Tidak Relevan [TR]

**6. Petunjuk pengisian skala :**

- 1) Isilah identitas anda pada kolom yang sudah disediakan
- 2) Pada skala ini, anda akan diberikan beberapa pernyataan. Bacalah setiap pernyataan dengan saksama, lalu pilih alternatif jawaban yang paling menggambarkan kondisi Anda
- 3) Berikan jawaban dengan menandai kolom yang tersedia di setiap pernyataan menggunakan tanda centang (✓). Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
- 4) Pilihan salah satu alternatif jawaban yang disediakan sebagai berikut:

- **Relevan [R]**
- **Kurang Relevan [KR]**
- **Tidak Relevan [TR]**

**7. Skala ini bukan merupakan tes, sehingga tidak ada jawaban yang dianggap salah. Semua jawaban benar karena sifatnya pribadi. Oleh karena itu, isilah dengan jujur dan sepenuh hati.****Contoh Pengerjaan**

No	Pernyataan	R	KR	TR
	Saya mengikuti setiap informasi terkait idola saya	✓		



**© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Skala Fanatisme**

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Jawaban</b>			<b>keterangan</b>
				<b>R</b>	<b>KR</b>	<b>TR</b>	
Keyakinan teguh seseorang tentang pemahaman kebenaran yang mutlak	Percaya bahwa pemahaman ya benar	1	Idola saya yang terbaik	✓			
		5	Idola saya merupakan sosok yang sempurna	✓			
		3	Saya yakin bahwa pandangan saya tentang idola K-pop yang saya suka lebih tepat dibandingkan orang lain	✓			
		9	Saya sering mempertimbangkan ulang pendapat saya jika ada orang lain yang berbeda pandangan soal idola saya (UF)	✓			
Berusaha memaksakan keyakinannya pada orang lain	Penggemar memaksakan keyakinannya pada orang lain	2	Saya sering mencoba meyakinkan orang lain bahwa idola saya adalah yang terbaik, bahkan jika mereka tidak tertarik	✓			
		15	Saya menerima bahwa setiap orang punya selera berbeda dalam mengidolakan seseorang. (UF)	✓			
		11	Saya sering	✓			

<b>Pengabdian pengorbanan diri untuk tujuan</b>	<b>Loyalitas penggemar</b>	<b>Menekan orang yang berbeda pendapat dengannya</b>	8	memaksa orang lain untuk setuju dengan pendapat saya tentang idola saya.	✓				
			7	Saya marah ketika orang lain mengatakan bahwa idola saya tidak tampan	✓				
			16	Saya menerima jika idola saya di kritik oleh orang lain (UF)	✓				
			6	Saya tidak segan menyerang orang yang menghina idola saya.	✓				
			12	Membeli album merupakan salah satu cara untuk mendukung idola saya	✓				
			13	Saya menghabiskan banyak uang untuk idola saya	✓				
			17	Saya rela begadang demi <i>streaming music video</i> idola saya	✓				
Pengabdian lebih	Loyalitas penggemar	4	Saya tetap mendukung	✓					

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penting daripada objek pengabdian	lebih penting dari idolanya		idola saya meskipun ada kontroversi yang melibatkannya	✓	✓		
			<b>10</b> Saya merasa harus terus mendukung idola saya apapun yang terjadi.				
			<b>14</b> Saya tidak begitu mempedulikan kehidupan idola saya (UF)				



© Hak Cipta milik **UIN SUSKA RIAU**

1. **desi** (kesesuaian dengan indikator)

2. **Bahasa :**

**Bahasa**

3. **Jumlah Item :**

**Cukup**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2025

Validator

Dr. Hijriyati Cucuani, M.Psi., Psikolog



© **Catatan**

1. Isi (kesesuaian dengan indikator)

2. Bahasa :

3. Jumlah Item :

© **Catatan**  
Karya Tulis Ilmiah UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Cewek*

Pekanbaru, 6/7/2025  
Validator

Dr. Harmaini, M.Si

**UIN SUSKA RIAU**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

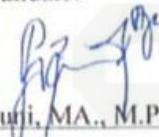
**Isi (kesesuaian dengan indikator)**

Bahasa :

Jumlah Item :

Pekanbaru, ..... 6/7 ..... 2025

Validator

  
Dr. Sri Wahyuni, MA., M.Psi., Psikolog

**UIN SUSKA RIAU**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR VALIDASI ALAT UKUR****SKALA KONTROL DIRI****1. Defenisi operasional**

Kontrol diri adalah kemampuan penggemar K-Pop untuk menunda atau mengendalikan dorongan, emosi, dan keinginan untuk membeli barang atau berpartisipasi dalam aktivitas yang berkaitan dengan idola K-Pop, guna mencapai tujuan jangka panjang atau menghindari perilaku konsumtif yang tidak diinginkan.

**2. Skala yang digunakan**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala oleh Tangney dkk., (2004) yaitu: *self-discipline, deliberate/nonimpulsive, healthy habits, work ethic, dan reability*.

Telah diadaptasikan oleh Arifin dan Milla (2020) dengan koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* sebesar 0,81. Model pengukuran kontrol diri unidimensional fit (CFI = 0,97, RMSEA = 0,04, SRMR = 0,05). Selanjutnya peneliti akan memodifikasi sesuai dengan kebutuhan peneliti.

Buat Sendiri

Modifikasi

Adaptasi

Jumlah aitem yang digunakan : 13 Aitem

4. Jenis dan format respon : menggunakan skala likert dengan format sebagai berikut :

Sangat Setuju [SS]

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setuju	[S]
Netral	[N]
Kurang Setuju	[KS]
Sangat Tidak Setuju	[STS]

**5. Penilaian setiap butir aitem**

Relevan	[STR]
Tidak Relevan	[TR]
Kurang Relevan	[KR]

**6. Petunjuk pengisian skala:**

- 1) Isilah Identitas anda pada kolom identitas yang sudah disediakan
- 2) Pada skala ini, anda akan diberikan beberapa pernyataan. Bacalah setiap pernyataan dengan saksama, lalu pilih alternatif jawaban yang paling menggambarkan kondisi anda
- 3) Berikan jawaban dengan menandai kolom yang tersedia di setiap pernyataan menggunakan tanda centang (✓). Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
- 4) Pilihan salah satu alternatif jawaban yang disediakan sebagai berikut:

**Relevan [R]****Kurang Relevan [KR]****Tidak Relevan [TR]**

7. Skala ini bukan merupakan tes, sehingga tidak ada jawaban yang dianggap salah. Semua jawaban benar karena sifatnya pribadi. Oleh karena itu, isilah dengan jujur dan sepenuh hati.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Contoh Pengerjaan

No	Pernyataan	R	KR	TR
	Saya tidak dapat menahan amarah jika permintaan saya tidak dituruti	✓		

## Skala Kontrol Diri

Variabel	No	Pernyataan	Jawaban			keterangan
			R	KR	TR	
Kontrol diri	1	Secara umum, saya dapat menahan godaan apapun dengan baik.	✓			
	2	Saya kesulitan menghentikan kebiasaan buruk. (UF)	✓			
	3	Saya pemalas. (UF)	✓			
	4	Saya mengatakan hal-hal yang tidak pantas. (UF)	✓			
	5	Saya melakukan beberapa hal buruk jika hal tersebut menyenangkan. (UF)	✓			
	6	Saya berharap saya memiliki lebih banyak kedisiplinan diri. (UF)	✓			
	7	Hal yang menyenangkan dan bersenang-senang kadang menahan saya untuk menyelesaikan pekerjaan (UF)	✓			
	8	Saya kesulitan berkonsentrasi. (UF)	✓			
	9	Saya dapat bekerja dengan efektif dalam meraih tujuan jangka panjang.	✓			
	10	Terkadang saya tidak bisa menghentikan diri saya dari sesuatu, meskipun saya tahu itu salah (UF)	✓			
	11	Saya sering bertindak tanpa mempertimbangkan seluruh alternatif. (UF)	✓			
	12	Saya menolak hal-hal yang buruk untuk diri saya	✓			
	13	Orang-orang mengatakan saya memiliki kedisiplinan diri yang kuat.	✓			



## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### © Hak Cipta milik UIN Suska Riau Catatan

1. Sesuai (kesesuaian dengan indikator)

2. Bahasa :  
Bali

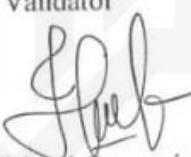
3. Jumlah Item :

Cukup

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2025  
Validator

  
Dr. Hijriyati Cucuani, M.Psi., Psikolog

UIN SUSKA RIAU



© **Catatan**  
 1. Isi (kesesuaian dengan indikator)  
 2. Bahasa : *Cakup*  
 3. Jumlah Item :

Pekanbaru, 6/7/2025  
 Validator

Dr. Harmaini, M.Si

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

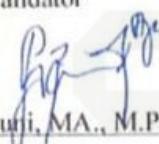
**© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

**Isi (kesesuaian dengan indikator)**

Bahasa :

Jumlah Item :

Pekanbaru, ..... 6/7 ..... 2025  
Validator

  
Dr. Sri Wahyuni, MA., M.Psi., Psikolog

**UIN SUSKA RIAU**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR VALIDASI ALAT UKUR**  
**SKALA *IMPULSIVE BUYING*****1. Defenisi operasional**

*Impulsive buying* merupakan perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan, cepat, tanpa perencanaan, dan seringkali didorong oleh emosi sesaat, yang dialami oleh penggemar K-Pop dalam konteks pembelian produk-produk yang berkaitan dengan idolanya, seperti album, merchandise, tiket konser, dan produk endorse.

**2. Skala yang digunakan**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala *impulsive buying* yang disusun berdasarkan aspek-aspek dari Verplanken dan Herabadi (2011) yaitu: aspek kognitif dan aspek afektif. *Impulsive buying* diukur menggunakan skala yang telah peneliti susun dan digunakan pada tahun 2023 dengan koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* sebesar 0,908.

Buat Sendiri

Modifikasi

Adaptasi

**3. Jumlah aitem yang digunakan : 23 aitem****4. Jenis dan format respon menggunakan skala likert dengan format respon sebagai berikut :**

Hampir Selalu [HS]

Sangat Sering [SS]

Kadang-Kadang [KK]

Sangat Jarang [SJ]

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hampir Tidak Pernah [HTP]

5. Penilaian setiap butir (aitem) :

Sangat Tidak Relevan [STR]

Tidak Relevan [TR]

Kurang Relevan [KR]

6. Petunjuk pengisian skala :

- 1) Isilah Identitas Anda pada kolom identitas yang sudah disediakan
- 2) Pada skala ini, anda akan diberikan beberapa pernyataan. Bacalah setiap pernyataan dengan saksama, lalu pilih alternatif jawaban yang paling menggambarkan kondisi anda
- 3) Berikan jawaban dengan menandai kolom yang tersedia di setiap pernyataan menggunakan tanda centang (✓). Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
- 4) Pilihan salah satu alternatif jawaban yang disediakan sebagai berikut:

- Relevan** [R]
- Kurang Relevan** [KR]
- Tidak Relevan** [TR]

Skala ini bukan merupakan tes, sehingga tidak ada jawaban yang dianggap salah. Semua jawaban benar karena sifatnya pribadi. Oleh karena itu, isilah dengan jujur dan sepenuh hati.

**Contoh Penggerjaan**

No	Pernyataan	R	KR	TR
1	Saya sering membeli merchandise K-Pop tanpa berpikir panjang terlebih dahulu	✓		

Skala *Impulsive Buying*

Aspek	Indikator	No	Pernyataan	Jawaban			Keterangan
				R	KR	TR	
Kognitif	Hak Cipta milik UIN Suska Riau	Kurang mampu mempertimbangkan pembelian	1	Saya akan membeli barang yang sama dengan idola saya tanpa pikir panjang	✓		
			23	Saya akan membeli album terbaru idola saya seperti apapun kondisi keuangan saya	✓		
			11	Ketika membeli album, saya berfikir dengan hati-hati (UF)	✓		
		Kurang mampu merencanakan suatu pembelian	14	Saya mempertimbangkan membeli album jika harganya terlalu mahal (UF)	✓		
			17	Saya memikirkan keperluan lain sebelum membeli album (UF)	✓		
			5	Saya membeli produk yang berhubungan dengan idola saya secara spontan	✓		
			7	Ketika melihat sesuatu yang baru tentang idola, saya membelinya	✓		
			9	Saya membeli <i>merchandise</i> idola saya tanpa rencana sebelumnya	✓		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p style="text-align: center;"><b>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Afektif</b></p> <p style="text-align: center;"><b>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Dorongan emosional ketika membeli tanpa rencana</b></p>	20	Saya membeli barang K-pop begitu melihatnya, tanpa perhitungan.	✓				
		22	Saya membuat anggaran khusus sebelum membeli produk K-pop	✓				
		2	Perasaan saya sulit dikendalikan saat ada barang baru rilis dari idola favorit saya	✓				
		6	Saya pernah membeli sesuatu tentang idola hanya karena sedang merasa emosional (senang, sedih, stres, dll).	✓				
		12	Saya membeli <i>merchandise</i> karena saya suka bukan karena membutuhkannya	✓				
		15	Saya tidak bisa menahan diri untuk membeli sesuatu barang yang berhubungan dengan idola saya	✓				
		18	Saya harus membeli <i>merchandise</i> terbaru idola saya	✓				
		4	Saya dapat mengendalikan keinginan untuk membeli <i>merchandise</i>	✓				

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Muncul perasaan senang dan kemungkinan penyesalan setelahnya	8	(UF) Saya bisa menunda membeli <i>merchandise</i> yang saya inginkan (UF)	✓					
	10	Bagi saya album baru idola tidak harus dibeli saat itu juga (UF)	✓					
	13	Saya puas dengan pembelian spontan yang saya lakukan ketika membeli <i>photocard</i> idola saya	✓					
	16	Saya merasa cemas terhadap pengeluaran saya setelah melakukan pembelian <i>merchandise</i> kpop yang tidak direncanakan.	✓					
	19	Terkadang saya merasa bersalah karena telah membeli album tanpa pertimbangan terlebih dahulu	✓					
	21	Saya merasa keputusan membeli <i>merchandise</i> K-pop itu terburu-buru.	✓					
Saya merasa seharusnya tidak membeli barang K-pop tersebut	3	Saya merasa seharusnya tidak membeli barang K-pop tersebut	✓					



© Hak Cipta milik **UIN SUSKA RIAU**  
Catatan

1. **desi** (kesesuaian dengan indikator)

2. **Bahasa :**

**Bahasa**

3. **Jumlah Item :**

**Catatan**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2025

Validator

Dr. Hijriyati Cucuani, M.Psi., Psikolog

**UIN SUSKA RIAU**



## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### © Catatan

1. Isi (kesesuaian dengan indikator)

2. Bahasa :

3. Jumlah Item :

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cek

Pekanbaru, 6/7/2025  
Validator

Dr. Harmaini, M.Si

UIN SUSKA RIAU



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

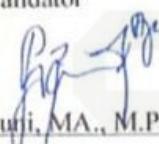
**© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

**Isi (kesesuaian dengan indikator)**

Bahasa :

Jumlah Item :

Pekanbaru, ..... 6/7 ..... 2025  
Validator

  
Dr. Sri Wahyuni, MA., M.Psi., Psikolog



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN B**

## **SKALA TRYOUT**

**UIN SUSKA RIAU**

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Skala *Try Out*

Assalamu'alaikum wr. wb.

Salam Sejahtera

Perkenalkan saya Atika Marlef dari mahasiswa tingkat akhir Program Studi Magister Psikologi UIN SUSKA RIAU. Saat ini sedang melakukan penelitian, maka dari itu, mohon kesediaan dari saudara/i untuk dapat meluangkan waktu sekitar 5-15 menit dalam mengisi penelitian coba ini.

Adapun kriteria yang diperbolehkan untuk mengisi adalah **penggemar Kpop di Pekanbaru.**

Skala ini diedarkan hanya untuk kepentingan akademik, sehingga data diri dan jawaban saudara/i akan dijaga kerahasiaannya sesuai Kode Etik Ilmiah. Semua jawaban yang saudara/i berikan tidak ada penilaian (Benar/salah). Untuk itu kami harap saudara/i dapat mengisi skala ini sesuai dengan keadaan diri sendiri saudara/i saat ini.

Apabila ada yang ingin ditanyakan silahkan hubungi Email : [atikamarlef@gmail.com](mailto:atikamarlef@gmail.com)

Atas waktu dan partisipasi dari saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Hormat Peneliti

#### Identitas Responden

Inisial :  
Email :  
Usia :  
Domisili :  
Jenis kelamin :  
Pekerjaan :

#### Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

STS : Sangat Tidak Sesuai

TS : Tidak Sesuai

N : Netral

S : Sesuai

SS : Sangat Sesuai

Selamat mengerjakan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### SKALA 1

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

**STS** : Sangat Tidak Sesuai

**TS** : Tidak Sesuai

**N** : Netral

**S** : Sesuai

**SS** : Sangat Sesuai

Selamat mengerjakan

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Idola saya yang terbaik					
2.	Saya sering mencoba meyakinkan orang lain bahwa idola saya adalah yang terbaik, bahkan jika mereka tidak tertarik					
3.	Saya yakin bahwa pandangan saya tentang idola K-pop yang saya suka lebih tepat dibandingkan orang lain					
4.	Saya tetap mendukung idola saya meskipun ada kontroversi yang melibatkannya					
5.	Idola saya merupakan sosok yang sempurna					
6.	Membeli album merupakan salah satu cara untuk mendukung idola saya					
7.	Saya menerima jika idola saya di kritik oleh orang lain (UF)					
8.	Saya marah ketika orang lain mengatakan bahwa idola saya tidak tampan					
9.	Saya sering mempertimbangkan ulang pendapat saya jika ada orang lain yang berbeda pandangan soal idola saya					
10.	Saya merasa harus terus mendukung idola saya apapun yang terjadi.					
11.	Saya sering memaksa orang lain untuk setuju dengan pendapat saya tentang idola saya.					
12.	Saya menghabiskan banyak uang untuk idola saya					
13.	Saya rela begadang demi <i>streaming music video</i> idola saya					
14.	Saya tidak begitu mempedulikan kehidupan idola saya					
15.	Saya menerima bahwa setiap orang punya selera berbeda dalam mengidolakan seseorang.					
16.	Saya tidak segan menyerang orang yang menghina idola saya.					
17.	Bagi saya membeli album idola bukanlah suatu keharusan					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.**
**SKALA 2**

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

STS : Sangat Tidak Sesuai

TS : Tidak Sesuai

N : Netral

S : Sesuai

SS : Sangat Sesuai

Selamat mengerjakan

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Secara umum, saya dapat menahan godaan apapun dengan baik.					
2.	Saya kesulitan menghentikan kebiasaan buruk. (UF)					
3.	Saya pemalas. (UF)					
4.	Saya mengatakan hal-hal yang tidak pantas. (UF)					
5.	Saya melakukan beberapa hal buruk jika hal tersebut menyenangkan. (UF)					
6.	Saya berharap saya memiliki lebih banyak kedisiplinan diri.					
7.	Hal yang menyenangkan dan bersenang-senang kadang menahan saya untuk menyelesaikan pekerjaan (UF)					
8.	Saya kesulitan berkonsentrasi. (UF)					
9.	Saya dapat bekerja dengan efektif dalam meraih tujuan jangka panjang.					
10.	Terkadang saya tidak bisa menghentikan diri saya dari sesuatu, meskipun saya tahu itu salah (UF)					
11.	Saya sering bertindak tanpa mempertimbangkan seluruh alternatif. (UF)					
12.	Saya menolak hal-hal yang buruk untuk diri saya					
13.	Orang-orang mengatakan saya memiliki kedisiplinan diri yang kuat.					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SKALA 3**

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

HTP : Hampir Tidak Pernah

SJ : Sangat Jarang

KD : Kadang-Kadang

SS : Sangat Sering

HSL : Hampir Selalu

Selamat mengerjakan

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan membeli barang yang sama dengan idola saya tanpa pikir panjang					
2.	Perasaan saya sulit dikendalikan saat ada barang baru rilis dari idola favorit saya					
3.	Saya merasa seharusnya tidak membeli barang K-pop tersebut					
4.	Saya dapat mengendalikan keinginan untuk membeli <i>merchandise</i>					
5.	Saya membeli produk yang berhubungan dengan idola saya secara spontan					
6.	Saya pernah membeli sesuatu tentang idola hanya karena sedang merasa emosional (senang, sedih, stres, dll).					
7.	Ketika melihat sesuatu yang baru tentang idola, saya membelinya					
8.	Saya bisa menunda membeli <i>merchandise</i> yang saya inginkan					
9.	Saya membeli <i>merchandise</i> idola saya tanpa rencana sebelumnya					
10.	Bagi saya album baru idola tidak harus dibeli saat itu juga					
11.	ketika membeli album, saya berfikir dengan hati-hati					
12.	Saya membeli <i>merchandise</i> karena saya suka bukan karena membutuhkannya					
13.	Saya puas dengan pembelian spontan yang saya lakukan ketika membeli <i>photocard</i> idola saya					
14.	Saya mempertimbangkan membeli album jika harganya terlalu mahal					
15.	Saya tidak bisa menahan diri untuk membeli sesuatu barang yang berhubungan dengan idola saya					

©

16.	Saya merasa cemas terhadap pengeluaran saya setelah melakukan pembelian <i>merchandise</i> kpop yang tidak direncanakan.					
17.	Saya memikirkan keperluan lain sebelum membeli album (UF)					
18.	Saya harus membeli merchandise terbaru idola saya					
19.	Terkadang saya merasa bersalah karena telah membeli album tanpa pertimbangan terlebih dahulu					
20.	Saya membeli barang K-pop begitu melihatnya, tanpa perhitungan.					
21.	Saya merasa keputusan membeli merchandise K-pop itu terburu-buru.					
22.	Saya membuat anggaran khusus sebelum membeli produk K-pop					
23.	Saya akan membeli album terbaru idola saya seperti apapun kondisi keuangan saya					

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN C**

### **TABULASI DATA TRYOUT**

**UIN SUSKA RIAU**

## SKALA FANATISME

NO.	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17
1.	5	5	5	4	4	5	2	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4
2.	5	3	2	1	3	4	2	4	1	3	1	2	5	3	1	2	2
3.	5	5	5	5	5	3	5	1	2	5	3	3	3	2	2	5	1
4.	4	3	2	4	2	4	1	2	4	1	1	3	2	4	1	1	1
5.	3	2	1	3	2	4	2	4	2	3	2	3	3	3	1	3	1
6.	5	3	3	4	3	2	2	5	2	3	1	2	3	2	2	3	1
7.	4	3	4	5	4	3	3	5	3	5	3	2	4	2	1	1	1
8.	4	2	2	4	4	4	2	4	1	4	2	2	2	2	2	1	2
9.	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	1
10.	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2
11.	5	3	3	3	4	3	2	5	3	3	2	3	3	3	2	3	2
12.	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3
13.	3	3	3	1	1	3	3	4	3	3	1	2	2	2	1	2	1
14.	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5	2	4	4	5	1	2	4
15.	5	3	3	1	4	4	2	3	4	2	1	3	4	3	1	1	1
16.	4	4	3	4	2	1	3	3	2	2	2	1	1	3	1	1	1
17.	5	5	3	3	1	5	3	3	5	2	1	2	3	4	1	4	3
18.	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1
19.	4	3	3	3	3	4	1	3	3	5	2	2	2	2	1	1	2
20.	4	4	1	2	3	3	3	3	3	3	1	2	5	4	1	1	4
21.	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	2	3	5	5	1	5	4
22.	5	5	4	2	5	4	4	5	2	4	4	4	5	4	2	2	2
23.	3	1	2	1	3	4	2	2	4	2	1	3	2	1	1	2	4
24.	5	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2	4	3	4	1	3	1
25.	5	3	4	2	3	4	3	2	3	2	1	2	3	3	1	2	2
26.	2	1	2	4	1	4	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	2
27.	5	5	5	3	4	3	3	1	2	5	3	3	4	1	1	3	3
28.	3	3	2	2	3	4	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3
29.	5	4	5	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	1	3	3
30.	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2	1	1	1
31.	3	2	1	3	3	5	4	3	4	3	1	1	5	5	1	1	3

NO.	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17
32.	4	2	2	2	1	3	2	3	4	3	1	4	2	4	1	2	3
33.	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	1	1	2	1	1	1
34.	4	5	5	4	4	5	2	5	1	5	2	3	3	5	1	1	4
35.	3	3	2	2	1	4	2	2	3	1	2	2	4	2	2	2	2
36.	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	2	5	3	4	1	2	2
37.	3	3	2	3	2	4	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2
38.	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2	5	5	4	2	4	4
39.	5	5	4	1	3	2	3	5	2	3	3	2	4	3	1	5	5
40.	4	3	3	2	3	4	2	4	2	3	3	4	4	3	2	2	3
41.	5	5	3	5	5	4	1	3	1	3	1	3	3	5	1	1	1
42.	3	2	2	3	4	4	2	1	3	3	4	1	4	3	1	1	2
43.	5	3	3	5	5	4	3	3	3	4	2	3	4	3	2	4	3
44.	5	4	3	3	3	4	2	4	1	3	2	4	5	4	1	2	2
45.	4	3	4	1	1	3	1	2	3	3	1	1	4	1	1	4	1
46.	5	4	3	4	4	3	4	4	3	5	2	3	4	4	1	1	3
47.	1	1	1	1	1	3	4	5	3	5	2	2	3	4	2	5	1
48.	5	5	4	5	5	3	4	1	1	5	3	3	4	5	1	1	3
49.	4	5	5	4	5	3	5	1	3	4	3	5	5	3	3	5	3
50.	5	5	4	3	5	3	5	4	2	4	2	2	2	4	1	3	3
51.	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	4	2
52.	5	5	2	3	4	3	4	5	3	3	4	4	3	3	1	5	2
53.	4	2	5	4	5	2	5	1	2	5	1	1	5	5	1	5	1
54.	5	5	3	3	5	4	4	5	3	4	2	3	4	4	1	4	3
55.	4	4	4	4	5	4	1	4	2	4	2	2	4	3	2	2	2
56.	4	3	5	5	5	4	5	3	2	5	2	4	5	4	1	5	4
57.	5	5	3	4	3	4	5	5	2	4	3	4	3	4	1	4	2
58.	5	5	5	5	4	3	4	1	5	3	3	5	3	1	3	3	3
59.	3	3	2	1	3	4	3	4	1	2	1	3	4	3	1	4	3
60.	5	5	5	2	5	5	3	5	1	4	3	4	5	2	1	5	3
61.	5	4	3	3	3	5	1	5	3	3	3	4	4	2	1	5	1
62.	5	3	4	5	4	3	2	1	4	4	2	4	3	3	1	2	3
63.	5	3	3	1	4	5	1	5	3	3	2	5	4	5	1	1	2
64.	5	5	4	3	5	3	5	1	3	3	4	4	5	3	3	5	3

NO.	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17
65.	5	3	4	5	5	2	3	5	2	5	2	1	1	3	1	4	1
66.	4	2	2	3	3	3	3	4	2	4	1	3	5	3	1	3	2
67.	5	5	4	3	5	5	4	1	3	4	1	3	5	3	2	2	3
68.	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	1	1	5	5	3	3	3
69.	5	5	2	1	4	4	4	2	3	4	2	3	3	2	1	4	2
70.	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	2	2	3
71.	5	3	3	4	5	4	3	5	3	5	2	3	3	5	1	3	3
72.	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	2	3	3	3	2	3	2
73.	5	5	3	1	3	4	3	4	3	4	1	2	4	3	1	3	2
74.	5	5	4	3	4	4	3	5	3	3	1	3	5	4	1	3	2
75.	5	4	5	4	5	4	4	2	2	4	1	2	4	5	1	5	3
76.	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	3	5	5	4	3	3	3
77.	3	3	2	3	4	3	3	5	2	4	3	2	4	3	2	3	2
78.	4	3	4	4	2	4	2	3	3	4	2	2	4	3	1	2	2
79.	5	4	3	4	4	4	2	3	5	4	2	3	3	3	1	2	2
80.	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
81.	3	1	1	2	1	4	3	3	3	2	1	3	4	4	2	1	3
82.	5	3	4	2	3	4	2	3	2	4	3	2	3	3	1	3	1
83.	5	5	4	5	5	3	5	1	3	5	3	3	4	3	2	5	3
84.	5	5	4	4	4	3	3	5	1	4	3	3	3	4	1	5	1
85.	5	5	3	5	5	2	4	5	1	5	3	2	3	4	1	3	1
86.	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3
87.	3	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	4	5	2	5	3
88.	3	3	2	4	3	4	5	1	3	4	1	3	3	3	2	2	3
89.	5	3	2	3	3	5	3	3	3	3	1	3	2	4	1	1	3
90.	5	5	3	3	5	3	4	5	2	3	3	3	3	3	3	4	3
91.	4	4	2	4	3	4	4	5	3	3	2	3	3	4	2	4	3
92.	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	2	2	3	2
93.	5	5	5	5	5	4	5	1	5	5	3	5	1	1	5	1	1
94.	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3
95.	5	3	3	2	4	3	5	2	3	5	1	3	3	2	1	2	3
96.	3	2	2	4	3	5	5	5	3	5	1	1	3	4	1	1	1
97.	3	3	4	5	4	5	2	5	2	4	3	4	5	4	3	4	4

NO.	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17
98.	4	3	4	4	2	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	3	2
99.	5	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
100.	5	5	5	5	5	5	3	1	3	5	4	3	5	2	1	3	2
101.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3
102.	5	3	3	5	3	4	5	1	3	4	2	3	3	5	3	1	3
103.	3	3	2	2	3	4	3	2	1	4	2	3	3	3	2	4	2
104.	3	4	3	2	1	4	3	4	5	3	4	2	2	4	2	2	2
105.	5	4	5	4	5	3	5	2	3	3	3	2	3	3	2	4	2
106.	5	4	4	5	5	3	3	4	4	3	1	3	4	3	1	3	1
107.	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	2	2	4	3	1	3	1

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

## SKALA KONTROL DIRI

NO.	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12	KD13
1.	4	1	4	4	4	2	1	4	4	4	2	4	5
2.	3	2	1	1	1	3	2	1	5	1	3	3	1
3.	3	2	3	5	4	1	1	4	3	1	4	5	2
4.	3	4	4	5	4	2	4	4	5	4	3	4	5
5.	3	3	3	4	4	1	2	3	3	4	4	4	3
6.	3	2	3	4	3	1	2	2	4	3	3	4	3
7.	5	1	1	2	3	1	2	1	5	2	3	3	3
8.	5	4	5	5	5	1	2	4	4	2	4	5	4
9.	5	2	2	5	3	2	2	3	4	3	4	2	4
10.	4	2	2	4	4	2	2	2	3	3	4	4	3
11.	3	3	3	3	4	1	2	3	4	3	4	4	3
12.	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	3
13.	3	3	3	4	4	2	2	3	4	2	4	4	4
14.	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4
15.	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3
16.	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	4	3
17.	3	2	2	3	4	2	2	3	3	2	4	4	2
18.	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	5	4
19.	4	2	2	4	5	1	3	2	5	4	3	4	3
20.	3	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4
21.	5	5	3	4	3	2	1	3	5	3	3	3	5
22.	2	1	2	3	2	2	3	4	4	4	5	1	2
23.	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
24.	2	3	2	5	4	1	2	3	3	3	2	4	3
25.	4	4	4	4	4	2	3	5	4	5	3	4	3
26.	4	2	3	2	2	1	2	4	4	2	2	2	3
27.	3	3	3	3	4	1	3	2	5	3	3	5	3
28.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
29.	4	3	4	3	4	2	3	2	4	3	3	4	3
30.	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5
31.	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3

NO.	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12	KD13
32.	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	5	3
33.	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	3
34.	4	5	5	5	5	1	2	5	5	5	4	4	3
35.	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3
36.	3	3	3	5	5	2	3	3	3	3	4	4	3
37.	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4
38.	5	4	5	4	3	1	2	3	4	2	2	4	4
39.	3	3	3	5	4	2	2	3	4	2	4	4	3
40.	2	3	4	5	5	1	2	4	4	3	4	1	3
41.	3	4	5	5	5	2	2	3	4	3	3	5	3
42.	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3
43.	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4
44.	5	2	1	4	2	1	1	3	4	2	2	3	4
45.	4	3	3	3	2	1	1	1	3	2	3	3	3
46.	5	4	5	5	5	1	3	4	5	4	4	5	4
47.	3	3	2	3	4	1	1	1	4	1	3	5	3
48.	5	5	3	5	5	1	1	3	3	3	5	5	3
49.	4	2	3	3	4	2	1	2	3	2	3	4	3
50.	4	3	2	5	4	2	4	2	3	3	3	5	3
51.	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
52.	1	2	1	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2
53.	4	1	1	5	2	1	1	2	4	5	3	3	5
54.	3	3	2	3	4	1	3	3	4	3	3	5	3
55.	4	4	5	5	4	1	3	5	5	4	5	4	4
56.	5	3	4	5	5	3	3	4	3	4	3	4	5
57.	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	3	4	3
58.	5	3	3	4	4	1	3	3	4	4	3	3	2
59.	3	3	4	4	4	1	3	4	3	5	5	5	3
60.	5	1	5	3	5	1	1	3	5	3	2	5	3
61.	5	3	4	4	4	1	2	5	4	3	2	5	4
62.	3	3	5	5	4	2	3	2	4	3	2	4	5
63.	4	3	5	5	3	1	1	1	4	5	1	5	4
64.	3	3	3	3	4	1	3	2	4	3	3	4	3

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



NO.	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12	KD13
65.	3	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	4	3
66.	2	1	1	3	3	2	1	2	3	2	3	3	2
67.	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	5	3	3
68.	5	5	3	5	5	1	2	1	4	5	5	5	3
69.	3	3	3	3	3	1	4	5	5	1	3	4	3
70.	4	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	5	3
71.	3	5	3	2	5	1	4	3	4	4	4	4	4
72.	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	3	4	3
73.	3	1	2	3	1	3	2	1	3	1	4	5	4
74.	3	2	3	3	3	1	1	4	3	2	3	4	4
75.	4	5	5	5	5	1	2	2	5	4	3	5	4
76.	5	4	4	4	4	1	4	4	5	4	4	5	5
77.	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3
78.	5	4	3	5	5	1	2	3	3	2	4	4	4
79.	4	3	3	5	4	1	4	4	4	4	4	4	3
80.	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3
81.	3	3	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4
82.	4	4	4	4	4	2	3	4	5	2	4	3	3
83.	2	3	4	5	3	1	4	5	4	4	5	5	3
84.	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3
85.	5	4	3	5	4	2	3	2	4	2	5	2	3
86.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
87.	3	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3
88.	3	5	5	5	5	2	4	4	3	3	5	4	3
89.	3	4	5	5	5	1	3	4	5	4	2	5	4
90.	3	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	3
91.	3	3	4	4	2	2	2	3	2	3	4	3	3
92.	4	2	3	3	2	2	2	2	4	3	3	4	3
93.	4	2	2	4	4	2	2	2	5	2	2	4	5
94.	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3
95.	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3
96.	4	2	3	4	4	1	4	2	5	4	5	5	3
97.	4	3	5	5	5	3	3	2	3	4	4	3	3

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



NO.	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12	KD13
98.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99.	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3
100.	2	1	2	5	5	2	2	1	2	1	1	5	2
101.	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	2
102.	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3
103.	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	4	2	2
104.	4	4	5	4	3	1	2	4	4	2	5	4	5
105.	3	3	2	3	4	2	2	3	4	3	3	4	3
106.	3	2	4	4	3	2	2	3	4	2	2	3	3
107.	4	3	3	4	4	1	3	3	3	3	4	1	5

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

## SKALA IMPULSIVE BUYING

NO.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23
1.	4	4	1	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	2	4	2	1	5
2.	1	3	1	2	2	2	1	1	1	3	1	5	5	1	3	1	5	3	2	1	1	5	1
3.	1	4	1	1	2	1	1	5	3	1	1	4	3	1	3	5	1	1	3	1	1	4	1
4.	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	5	2
5.	1	4	4	2	3	1	2	2	1	2	2	4	4	2	2	3	2	1	3	1	3	4	1
6.	1	3	3	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	3	2	2	3	1
7.	1	1	4	2	3	1	1	2	1	2	2	1	3	2	2	4	2	1	4	1	4	2	1
8.	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	5	2	2	3	2	3	3	2
9.	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	4	1	1	2	3	1	1	4	2	3	3	2
10.	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	2	3	5	2	2	4	3	3	2	1
11.	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	1	5	2	2	1	3	1	1	4	1	4	5	2
12.	1	2	4	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	1	2	4	1	1	1	1	4	2	1
13.	1	1	2	1	1	3	2	3	1	2	3	3	1	1	2	3	1	1	4	2	3	2	1
14.	5	5	2	4	5	5	5	4	2	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	2	5
15.	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2
16.	3	1	5	1	3	3	3	1	5	1	1	2	3	1	2	4	1	1	5	2	4	3	1
17.	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1	5	1	1	1	1
18.	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	3	1	1	1	1
19.	3	3	2	1	2	1	1	4	1	3	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
20.	1	3	2	1	3	2	2	1	5	1	1	5	5	1	1	5	5	3	2	1	2	5	1
21.	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22.	3	5	3	3	3	2	3	1	4	2	2	4	3	2	5	4	3	3	4	4	3	4	4
23.	2	2	3	1	1	3	1	2	1	1	2	4	2	1	1	4	1	2	3	2	3	2	1
24.	2	3	3	1	3	4	2	1	1	2	1	4	4	1	3	5	1	2	4	2	3	1	1
25.	3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	2	3	2	2	4	1
26.	3	2	3	2	2	2	3	1	3	1	2	5	2	1	2	2	1	1	2	1	2	4	1
27.	1	1	2	3	1	3	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	5	1
28.	1	3	3	3	3	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2
29.	1	3	2	3	1	2	1	1	2	4	1	3	4	3	1	5	2	1	3	3	3	3	1
30.	2	1	5	1	2	2	2	1	1	1	1	3	2	1	1	5	1	1	5	1	2	1	1

NO.	Y1	Y2	Y <sub>3</sub>	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23
31.	3	5	1	3	4	2	3	3	4	4	3	5	5	4	4	1	5	5	1	3	1	1	
32.	1	2	4	2	2	3	2	1	1	1	2	3	3	1	2	4	1	2	3	1	2	2	
33.	1	1	4	3	1	3	1	1	1	5	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	1	5	
34.	3	4	2	4	4	3	4	1	5	3	2	5	5	1	2	5	2	4	5	4	2	3	
35.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	5	
36.	2	2	4	3	2	3	2	2	1	2	1	4	3	2	2	5	2	2	3	2	2	3	
37.	3	3	4	2	4	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	
38.	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	5	3	3	3	4	1	4	2	
39.	1	1	5	1	1	2	1	5	1	5	5	1	1	1	5	1	1	1	2	1	1	1	
40.	3	3	3	3	2	1	2	2	2	3	1	5	2	3	2	3	3	3	4	3	2	1	
41.	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	3	5	
42.	3	4	3	2	3	2	3	2	2	1	2	4	4	1	3	4	1	1	3	3	3	2	
43.	4	4	3	2	3	3	3	2	1	3	3	4	4	2	1	1	2	1	3	1	1	5	
44.	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	1	5	5	1	3	5	2	3	5	3	4	2	
45.	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	2	1	2	1	1	1	4	
46.	3	3	3	3	3	3	2	2	4	1	1	4	5	1	3	5	1	2	5	2	4	1	
47.	1	3	3	3	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	3	3	1	2	5	2	1	4	
48.	2	5	3	3	5	5	3	2	1	5	1	1	4	1	5	1	1	1	1	5	4	5	
49.	2	1	2	3	2	3	2	4	3	5	2	4	5	3	3	3	4	3	3	1	1	4	
50.	1	1	1	5	1	2	1	5	1	5	2	1	2	1	1	1	4	1	1	2	1	5	
51.	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	5	3	1	3	4	2	1	3	1	4	4	
52.	2	5	3	3	2	3	2	3	3	1	2	5	5	1	4	5	3	3	3	2	2	3	
53.	1	4	1	5	2	1	1	2	1	2	2	1	4	5	2	1	2	3	1	1	1	1	
54.	2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	4	4	1	2	4	2	2	3	2	3	1	
55.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	
56.	3	4	1	3	1	2	3	2	5	5	1	5	4	3	1	1	4	4	1	2	1	5	
57.	1	2	2	2	1	2	1	4	2	1	2	4	3	2	1	1	1	1	1	1	4	3	
58.	3	4	1	3	3	2	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	1	5	3	1	3	3	
59.	1	3	1	2	1	1	3	2	2	2	2	3	3	1	1	4	1	2	1	1	1	2	
60.	3	5	3	1	4	5	2	4	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	1	2	2	
61.	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	5	3	2	
62.	5	2	3	4	5	2	3	5	3	4	3	1	4	4	4	5	2	3	2	2	5	2	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



NO.	Y1	Y2	Y <sub>3</sub>	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23
63.	4	4	2	2	4	4	4	1	2	1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	3	1	1	
64.	3	2	3	3	2	3	2	3	4	5	4	4	4	1	5	4	2	2	2	3	3	4	3
65.	1	4	3	2	3	3	2	2	2	1	2	4	4	1	2	4	2	2	1	2	3	2	1
66.	1	3	1	5	1	1	1	3	1	2	2	1	4	1	1	3	3	1	1	1	1	5	1
67.	3	4	1	3	5	5	3	4	4	3	3	5	5	4	3	1	3	3	1	3	2	3	2
68.	5	4	3	5	5	3	4	3	1	3	1	2	4	1	5	5	1	1	4	4	3	1	1
69.	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	5
70.	2	3	3	2	2	2	2	5	3	5	3	4	5	5	3	1	5	3	1	2	2	4	3
71.	1	3	3	2	3	4	3	2	2	1	2	3	4	1	4	5	2	3	3	2	3	3	2
72.	1	3	3	4	1	5	1	2	1	1	1	5	4	1	1	5	1	2	2	1	2	3	1
73.	2	3	3	1	1	1	2	1	4	4	3	4	3	1	1	4	1	2	1	2	3	4	1
74.	2	3	2	3	2	3	1	2	5	2	2	3	4	2	3	4	3	2	3	5	2	3	2
75.	3	5	3	3	2	2	1	3	3	3	1	3	3	1	3	5	1	1	5	1	3	1	1
76.	5	4	1	2	4	1	3	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	5	1
77.	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78.	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	1	2	2	1	1	2	1
79.	3	2	1	1	3	2	2	2	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2
80.	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	4	2
81.	1	3	3	3	3	1	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	1	2	2	1
82.	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
83.	3	4	1	3	2	3	3	4	2	4	1	4	5	3	3	2	1	2	3	1	1	3	1
84.	2	2	3	4	2	2	2	3	2	3	2	3	4	1	3	4	2	4	5	2	2	3	1
85.	3	2	2	4	3	2	3	5	3	4	5	2	5	2	1	4	4	1	1	1	3	4	1
86.	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2
87.	3	3	2	2	5	4	3	3	3	4	3	5	5	3	5	4	3	3	3	2	2	3	2
88.	3	3	2	2	2	1	2	1	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1
89.	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	5	2	4	4	2	3	4	2	3	2	2
90.	2	2	1	4	2	5	3	3	3	1	1	5	5	1	3	3	1	2	1	1	3	3	2
91.	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2
92.	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
93.	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4	5	4	4	2
94.	2	2	1	4	3	2	3	4	1	4	2	2	4	2	3	2	2	2	4	2	3	3	2

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23
95.	1	2	1	4	3	3	2	5	1	5	2	4	2	2	2	3	2	1	2	1	3	3	2
96.	2	3	1	4	3	1	3	2	4	2	1	2	4	1	3	5	1	2	3	1	3	2	1
97.	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
98.	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	3	1	1	1	2	2	1	1	4	2
99.	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	4	2	2	4	4	3	3	3
100.	1	5	4	1	1	3	1	1	1	2	2	4	2	2	3	3	2	2	5	4	3	1	1
101.	1	1	2	4	2	2	2	4	2	4	5	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2
102.	2	4	3	3	1	3	1	3	1	3	4	3	2	2	3	4	3	3	1	2	3	4	1
103.	3	1	2	2	1	1	1	2	1	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
104.	3	2	1	1	1	4	1	1	3	1	1	5	2	2	1	2	1	1	2	1	1	5	1
105.	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	1
106.	2	1	3	1	5	3	1	1	1	5	3	4	3	1	2	4	2	1	4	1	3	2	1
107.	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2

### Hak Cipta milik UIN Suska Riau

### State Islamic Univ

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## **LAMPIRAN D**

### **UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

**UIN SUSKA RIAU**

## SKALA FANATISME

### Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	107	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	107	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	17

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	47,96	73,885	,559	,786
x2	48,58	70,529	,653	,778
x3	48,91	70,689	,631	,779
x4	48,91	73,086	,448	,792
x5	48,61	67,694	,716	,771
x6	48,50	78,384	,304	,801
x7	49,15	75,676	,353	,799
x8	48,82	78,336	,168	,815
x9	49,53	88,025	-,256	,830
x10	48,57	72,191	,598	,782
x11	50,02	77,660	,357	,798
x12	49,32	76,955	,376	,797
x13	48,69	72,630	,556	,785
x14	48,86	78,499	,272	,803
x15	50,63	81,821	,170	,806
x16	49,36	72,253	,449	,792
x17	49,83	77,613	,342	,799

### \*Analisis Kedua

### Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	107	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	107	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha		N of Items
,843		14

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	40,52	68,365	,587	,827
x2	41,14	65,273	,670	,820
x3	41,47	64,949	,675	,820
x4	41,47	67,534	,473	,834
x5	41,17	62,236	,749	,813
x6	41,06	73,374	,289	,843
x7	41,71	70,453	,356	,841
x10	41,13	66,719	,625	,824
x11	42,58	72,548	,350	,840
x12	41,88	71,919	,365	,840
x13	41,25	67,473	,562	,828
x14	41,42	73,680	,246	,846
x16	41,93	67,485	,436	,837
x17	42,39	72,505	,335	,841

**\*Analisis Ketiga**

**Case Processing Summary**

Cases		N	%
	Valid	107	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	107	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,846	13

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's
				Alpha if Item Deleted
x1	37,24	63,393	,591	,830
x2	37,86	60,367	,676	,823
x3	38,19	59,889	,692	,822
x4	38,19	62,889	,459	,839
x5	37,89	57,478	,753	,816
x6	37,78	68,534	,272	,848
x7	38,43	65,568	,349	,846
x10	37,85	61,883	,624	,827
x11	39,30	67,004	,382	,842
x12	38,60	66,960	,360	,844
x13	37,97	62,669	,557	,832
x16	38,64	62,175	,456	,840
x17	39,11	67,799	,311	,846

## SKALA KONTROL DIRI

### Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	107	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	107	100,0	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,812	13

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem1	38,97	43,178	,286	,811
aitem2	39,50	37,743	,649	,780
aitem3	39,30	36,381	,696	,774
aitem4	38,65	39,662	,575	,789
aitem5	38,84	39,512	,561	,789
aitem6	40,86	46,027	,062	,824
aitem7	39,98	40,660	,433	,800
aitem8	39,48	38,724	,535	,791
aitem9	38,78	43,062	,348	,806
aitem10	39,50	38,800	,583	,787
aitem11	39,12	41,749	,377	,804
aitem12	38,69	43,178	,260	,813
aitem13	39,28	42,883	,346	,806

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## © Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

## \*Analisis Kedua

## Case Processing Summary

Cases			N	%
	Valid	Excluded <sup>a</sup>		
Total	107	0	100,0	,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,824	12

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem1	37,25	41,794	,306	,824
aitem2	37,79	36,604	,653	,795
aitem3	37,58	35,340	,693	,790
aitem4	36,93	38,477	,581	,802
aitem5	37,12	38,296	,569	,803
aitem7	38,26	40,025	,391	,818
aitem8	37,76	37,620	,535	,806
aitem9	37,06	41,714	,366	,819
aitem10	37,78	37,610	,590	,801
aitem11	37,40	40,752	,363	,820
aitem12	36,97	41,744	,282	,826
aitem13	37,56	41,569	,361	,819

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## SKALA IMPULSIVE BUYING

### Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	107	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	107	100,0	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,841	23

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	55,09	140,086	,662	,825
Y2	54,51	143,422	,503	,831
Y3	54,70	161,438	<b>-,139</b>	,854
Y4	54,87	147,643	,378	,836
Y5	54,90	138,357	,684	,823
Y6	54,74	143,629	,499	,831
Y7	55,12	139,900	,756	,823
Y8	54,95	148,290	,317	,838
Y9	55,03	142,405	,522	,830
Y10	54,79	146,850	,336	,838
Y11	55,20	147,763	,370	,836
Y12	53,94	150,186	,250	,841
Y13	54,15	137,525	,648	,824
Y14	55,30	148,627	,325	,838
Y15	54,82	138,091	,654	,824

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y16	54,14	156,782	,010	,852
Y17	55,22	144,345	,495	,831
Y18	55,14	142,348	,606	,828
Y19	54,63	153,576	,103	,848
Y20	55,20	139,574	,662	,825
Y21	54,93	150,806	,292	,839
Y22	54,45	160,816	-,113	,856
Y23	55,59	143,188	,557	,829

**\*Analisis Kedua**
**Case Processing Summary**

Cases	N		%	
	Valid	107	100,0	
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0	
Total		107	100,0	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,889	19

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
				Deleted	Alpha if Item Deleted
Y1	43,66	138,980	,663		,879
Y2	43,08	142,002	,515		,884
Y4	43,44	145,720	,410		,887
Y5	43,47	137,515	,675		,879
Y6	43,31	143,630	,457		,886
Y7	43,69	139,064	,745		,877
Y8	43,52	145,478	,379		,888
Y9	43,60	141,809	,503		,884

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y10	43,36	144,005	,395	,888
Y11	43,77	145,011	,434	,886
Y12	42,51	149,611	,230	,893
Y13	42,72	136,185	,657	,879
Y14	43,87	144,737	,430	,887
Y15	43,39	136,958	,655	,879
Y17	43,79	141,882	,549	,883
Y18	43,71	140,208	,650	,880
Y20	43,77	138,841	,648	,880
Y21	43,50	151,649	,208	,892
Y23	44,16	141,286	,590	,882

**\*Analisi Ketiga**
**Case Processing Summary**

Cases			%
	N	%	
Valid	107	100,0	
Excluded <sup>a</sup>	0	,0	
Total	107	100,0	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,896	17

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	37,86	126,027	,655	,887
Y2	37,28	129,223	,494	,892
Y4	37,64	131,724	,432	,894
Y5	37,66	124,773	,662	,887
Y6	37,50	131,177	,421	,895
Y7	37,89	126,176	,733	,885
Y8	37,72	131,336	,405	,896
Y9	37,79	129,221	,476	,893
Y10	37,55	129,797	,424	,895
Y11	37,96	130,942	,460	,893
Y13	36,92	123,625	,641	,887
Y14	38,07	130,326	,470	,893
Y15	37,59	123,867	,657	,887
Y17	37,99	128,160	,568	,890
Y18	37,91	127,142	,645	,888
Y20	37,96	125,791	,645	,887
Y23	38,36	128,042	,590	,889



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## **LAMPIRAN E**

## **SKALA PENELITIAN**

**UIN SUSKA RIAU**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Skala Penelitian

Assalamu'alaikum wr. wb.

Salam Sejahtera

Perkenalkan saya Atika Marlef dari mahasiswa tingkat akhir Program Studi Magister Psikologi UIN SUSKA RIAU. Saat ini sedang melakukan penelitian, maka dari itu, mohon kesediaan dari saudara/i untuk dapat meluangkan waktu sekitar 5-15 menit dalam mengisi penelitian coba ini.

Adapun kriteria yang diperbolehkan untuk mengisi adalah **penggemar Kpop di Pekanbaru**.

Skala ini diedarkan hanya untuk kepentingan akademik, sehingga data diri dan jawaban saudara/i akan dijaga kerahasiaannya sesuai Kode Etik Ilmiah. Semua jawaban yang saudara/i berikan tidak ada penilaian (Benar/salah). Untuk itu kami harap saudara/i dapat mengisi skala ini sesuai dengan keadaan diri sendiri saudara/i saat ini.

Apabila ada yang ingin ditanyakan silahkan hubungi Email : atikamarlef@gmail.com  
Atas waktu dan pastisipasi dari saudara/i saya  
ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Hormat Peneliti

### Identitas Responden

Inisial :  
Email :  
Usia :  
Domisili :  
Jenis kelamin :  
Pekerjaan :

## Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

STS : Sangat Tidak Sesuai

TS : Tidak Sesuai

N : Netral

S : Sesuai

SS : Sangat Sesuai

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

 Selamat mengerjakan  
**SKALA 1**

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

STS : Sangat Tidak Sesuai

TS: Tidak Sesuai

N: Netral

S : Sesuai

SS: Sangat Sesuai

## Selamat mengerjakan

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Idola saya yang terbaik					
2.	Saya sering mencoba meyakinkan orang lain bahwa idola saya adalah yang terbaik, bahkan jika mereka tidak tertarik					
3.	Saya yakin bahwa pandangan saya tentang idola K-pop yang saya sukai lebih tepat dibandingkan orang lain					
4.	Saya tetap mendukung idola saya meskipun ada kontroversi yang melibatkannya					
5.	Idola saya merupakan sosok yang sempurna					
6.	Membeli album merupakan salah satu cara untuk mendukung idola saya					
7.	Saya menerima jika idola saya di kritik oleh orang lain (UF)					
8.	Bagi saya membeli album idola bukanlah suatu keharusan					
9.	Saya tidak segan menyerang orang yang menghina idola saya.					
10.	Saya merasa harus terus mendukung idola saya apapun yang terjadi.					
11.	Saya sering memaksa orang lain untuk setuju dengan pendapat saya tentang idola saya.					
12.	Saya menghabiskan banyak uang untuk idola saya					
13.	Saya rela begadang demi <i>streaming music video</i> idola saya					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## SKALA 2

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

STS : Sangat Tidak Sesuai

TS : Tidak Sesuai

N : Netral

S : Sesuai

SS : Sangat Sesuai

Selamat mengerjakan

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Secara umum, saya dapat menahan godaan apapun dengan baik.					
2.	Saya kesulitan menghentikan kebiasaan buruk. (UF)					
3.	Saya pemalas. (UF)					
4.	Saya mengatakan hal-hal yang tidak pantas. (UF)					
5.	Saya melakukan beberapa hal buruk jika hal tersebut menyenangkan. (UF)					
6.	Orang-orang mengatakan saya memiliki kedisiplinan diri yang kuat.					
7.	Hal yang menyenangkan dan bersenang-senang kadang menahan saya untuk menyelesaikan pekerjaan (UF)					
8.	Saya kesulitan berkonsentrasi. (UF)					
9.	Saya dapat bekerja dengan efektif dalam meraih tujuan jangka panjang.					
10.	Terkadang saya tidak bisa menghentikan diri saya dari sesuatu, meskipun saya tahu itu salah (UF)					
11.	Saya sering bertindak tanpa mempertimbangkan seluruh alternatif. (UF)					
12.	Saya menolak hal-hal yang buruk untuk diri saya					



## © Hak Cipta Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SKALA 3**

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda.

Berikut pilihan respon pada skala penelitian ini:

HTP : Hampir Tidak Pernah

SJ: Sangat Jarang

KD: Kadang-Kadang

SS: Sangat Sering

HSL : Hampir Selalu

Selamat mengerjakan

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan membeli barang yang sama dengan idola saya tanpa pikir panjang					
2.	Perasaan saya sulit dikendalikan saat ada barang baru rilis dari idola favorit saya					
3.	Saya membeli barang K-pop begitu melihatnya, tanpa perhitungan.					
4.	Saya dapat mengendalikan keinginan untuk membeli <i>merchandise</i>					
5.	Saya membeli produk yang berhubungan dengan idola saya secara spontan					
6.	Saya pernah membeli sesuatu tentang idola hanya karena sedang merasa emosional (senang, sedih, stres, dll).					
7.	Ketika melihat sesuatu yang baru tentang idola, saya membelinya					
8.	Saya bisa menunda membeli <i>merchandise</i> yang saya inginkan					
9.	Saya membeli <i>merchandise</i> idola saya tanpa rencana sebelumnya					
10.	Bagi saya album baru idola tidak harus dibeli saat itu juga					
11.	ketika membeli album, saya berfikir dengan hati-hati					
12.	Saya harus membeli <i>merchandise</i> terbaru idola saya					
13.	Saya puas dengan pembelian spontan yang saya lakukan ketika membeli <i>photocard</i> idola saya					

<b>© Hak Cipta UIN Suska Riau</b>	<b>14.</b> Saya mempertimbangkan membeli album jika harganya terlalu mahal						
	<b>15.</b> Saya tidak bisa menahan diri untuk membeli sesuatu barang yang berhubungan dengan idola saya						
	<b>16.</b> Saya akan membeli album terbaru idola saya seperti apapun kondisi keuangan saya						
	<b>17.</b> Saya memikirkan keperluan lain sebelum membeli album (UF)						

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN F**

### **TABULASI DATA PENELITIAN**

**UIN SUSKA RIAU**

## SKALA FANATISME

NO.	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
1.	5	4	4	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5
2.	3	3	4	2	4	2	2	1	1	3	2	2	3
3.	4	4	4	3	3	3	2	1	3	3	3	4	1
4.	3	3	2	3	1	4	2	2	1	2	1	2	2
5.	4	3	2	2	3	1	2	1	3	3	2	3	3
6.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
7.	4	5	3	3	4	4	3	3	5	4	2	3	5
8.	4	4	3	2	4	4	3	2	2	3	2	3	3
9.	5	5	5	3	5	3	2	1	3	3	3	3	3
10.	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	2	4	5
11.	5	5	3	3	3	4	2	3	2	4	1	3	4
12.	5	3	4	5	3	3	3	3	4	3	1	3	3
13.	5	4	3	4	4	3	2	3	3	4	1	2	4
14.	5	5	5	2	2	3	2	1	2	2	1	1	3
15.	3	3	3	5	5	3	5	2	4	4	3	3	3
16.	5	5	4	5	5	3	5	2	3	3	2	3	4
17.	5	4	5	4	4	3	2	1	2	4	2	3	3
18.	5	4	4	4	4	4	2	2	2	5	2	4	4
19.	5	3	3	4	4	5	2	2	3	4	2	3	3
20.	5	3	4	5	3	3	3	1	3	5	2	4	2
21.	5	4	3	5	3	4	3	3	3	5	2	3	4
22.	5	5	5	5	5	5	1	2	2	5	1	3	2
23.	5	4	3	3	5	3	4	2	3	4	1	1	3
24.	5	4	3	4	5	3	1	1	1	4	1	2	2
25.	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	2	1	3
26.	4	3	3	3	2	5	1	4	3	2	1	5	5
27.	5	3	3	2	3	5	2	3	1	3	1	3	4
28.	4	2	4	3	2	1	3	1	2	3	1	1	1
29.	5	4	1	3	3	2	3	5	1	5	5	3	5
30.	3	1	1	1	3	4	2	2	1	1	1	1	1
31.	4	3	4	3	5	5	2	3	3	4	3	4	4

NO.	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
32.	4	3	3	5	5	2	3	3	4	4	2	3	4
33.	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3
34.	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
35.	5	5	3	3	3	3	4	1	3	2	1	2	3
36.	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	1	3	3
37.	5	3	4	5	5	3	3	1	5	5	2	3	4
38.	5	5	4	4	5	3	4	3	3	5	2	2	2
39.	4	3	3	4	3	3	3	1	4	3	3	2	5
40.	4	3	3	4	4	5	3	3	3	4	1	3	3
41.	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	1
42.	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3
43.	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3
44.	3	3	3	3	3	4	2	1	5	3	3	1	2
45.	5	5	5	5	5	3	1	3	3	5	5	3	4
46.	4	3	3	5	3	3	1	1	2	5	1	3	3
47.	5	3	4	5	5	4	2	4	4	5	2	4	5
48.	5	3	2	5	5	5	2	2	2	5	3	5	5
49.	3	4	3	2	2	4	2	2	3	3	3	3	4
50.	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3	3	3
51.	5	2	3	5	5	4	5	3	3	5	2	3	3
52.	5	5	5	5	5	5	1	2	1	5	2	5	5
53.	5	2	3	4	4	4	2	3	3	5	1	3	4
54.	5	3	5	4	4	5	3	3	1	5	2	2	5
55.	5	3	2	2	3	4	2	3	2	3	1	3	3
56.	4	3	5	3	4	3	3	2	5	4	3	2	5
57.	3	2	2	3	1	2	2	2	3	1	1	2	2
58.	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	2	1	1
59.	3	1	2	3	1	5	1	1	3	5	1	5	5
60.	5	4	4	5	3	4	1	3	5	5	1	1	4
61.	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
62.	5	5	5	5	3	3	4	3	5	4	2	2	3
63.	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5
64.	5	5	5	5	4	3	5	2	4	5	1	2	4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



NO.	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
65.	5	4	3	4	3	4	3	1	3	3	2	4	5
66.	3	3	3	3	3	3	1	1	2	4	1	3	5
67.	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	2	3	3
68.	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
69.	3	3	2	3	3	5	3	3	1	3	1	3	2
70.	4	4	5	3	4	2	2	2	2	4	1	2	3
71.	4	2	5	3	4	4	4	2	3	3	2	2	3
72.	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	3	5
73.	4	3	3	3	3	5	3	1	2	3	1	3	3
74.	4	1	3	3	2	3	1	2	2	2	2	1	3
75.	5	5	4	5	4	3	1	2	3	4	1	2	3
76.	5	5	5	3	4	3	2	2	4	4	2	3	4
77.	5	3	3	4	5	5	5	3	3	4	3	3	4
78.	5	1	3	4	3	3	4	3	3	4	2	2	3
79.	5	1	3	3	5	5	1	1	3	5	1	5	3
80.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
81.	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	2	3	3
82.	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	2	3	3
83.	4	3	3	4	3	3	2	2	3	4	2	3	3
84.	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	2	3	5
85.	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
86.	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
87.	4	3	5	3	3	3	2	3	3	4	1	1	3
88.	5	3	3	3	3	5	3	2	2	5	2	2	5
89.	5	5	3	4	4	5	5	2	5	5	2	4	5
90.	5	4	5	5	4	4	3	1	5	5	5	4	5
91.	5	5	5	5	4	3	3	5	3	5	2	2	5
92.	5	2	3	4	2	4	2	2	2	2	2	4	4
93.	5	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3
94.	5	1	1	3	2	3	1	1	1	3	1	3	3
95.	5	4	5	3	4	4	3	2	3	4	2	3	3
96.	5	5	4	5	5	3	1	3	2	5	1	3	4
97.	5	5	4	4	4	3	2	3	4	5	1	2	4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO.	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
98.	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	2	3	3
99.	3	3	2	1	3	3	2	1	3	2	1	3	1
100.	4	3	2	3	3	3	3	2	3	1	2	3	
101.	4	4	4	4	4	5	3	2	4	4	3	5	4
102.	5	4	4	4	4	4	5	2	4	4	2	3	2
103.	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3
104.	5	4	3	2	5	3	2	2	5	4	1	4	4
105.	5	2	3	5	4	2	4	1	2	3	1	1	1
106.	5	3	3	2	4	5	3	1	4	4	1	2	5
107.	5	4	4	5	4	3	3	5	5	5	2	3	4
108.	3	3	1	3	1	1	3	3	3	1	3	3	3
109.	5	3	5	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2
110.	5	3	5	5	4	3	5	3	4	5	2	3	5
111.	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
112.	4	3	3	5	3	1	4	1	1	5	3	1	3
113.	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	2	2
114.	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	5
115.	4	4	4	3	2	4	2	2	2	4	2	4	2
116.	5	2	2	4	3	3	2	2	3	4	2	3	3
117.	5	3	3	5	3	4	2	2	2	3	3	2	3
118.	4	3	2	3	3	3	4	5	5	5	2	1	2
119.	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2
120.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
121.	3	3	3	2	4	5	2	3	3	3	2	4	5
122.	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	2	2	3
123.	3	3	3	5	5	4	5	3	3	4	2	3	3
124.	5	5	2	3	3	2	1	3	4	5	3	3	4
125.	1	1	3	3	5	5	3	2	3	2	5	2	4
126.	5	3	4	1	5	3	3	3	2	3	1	3	3
127.	3	2	1	3	3	4	3	3	1	3	1	1	1
128.	2	2	1	2	1	3	3	1	2	1	1	2	2
129.	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4
130.	5	5	5	5	5	5	3	2	2	4	1	2	3

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



NO.	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
131.	4	5	3	5	5	4	3	2	3	4	3	3	3
132.	5	5	5	4	5	4	5	2	4	5	2	4	4
133.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2
134.	5	5	5	5	5	5	1	1	3	5	3	4	5
135.	5	5	4	4	5	3	2	3	3	4	3	3	5
136.	4	5	4	1	2	3	5	4	3	2	2	2	3
137.	5	5	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4
138.	5	2	3	5	5	4	5	1	3	4	2	2	4
139.	5	4	5	3	5	5	1	3	5	5	5	3	4
140.	3	4	5	5	5	5	1	1	5	5	4	5	5
141.	5	5	5	5	5	1	5	1	3	4	3	2	1
142.	5	3	3	3	3	5	1	1	1	5	1	3	5
143.	5	4	5	5	4	3	3	1	3	5	1	3	5
144.	3	3	2	5	3	4	2	3	1	5	1	4	5
145.	3	2	2	3	2	3	1	1	1	2	1	2	3
146.	4	4	4	5	3	4	3	3	3	5	3	4	4
147.	5	1	1	3	1	5	2	1	1	3	1	2	3
148.	5	3	1	3	4	2	3	3	3	4	1	2	3
149.	5	4	2	4	2	5	2	2	4	4	2	3	5
150.	5	4	3	3	4	3	4	2	3	5	3	3	4
151.	4	3	4	2	3	3	3	4	1	2	1	3	2
152.	5	5	5	5	3	3	5	2	3	5	4	3	3
153.	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
154.	5	4	4	5	4	4	3	2	3	3	2	3	2
155.	5	2	2	5	4	4	2	2	4	5	2	4	5
156.	5	4	3	2	2	3	3	3	3	3	1	3	2
157.	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	1	3	4
158.	5	5	5	5	5	5	3	2	4	5	4	4	4
159.	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	1	1	3
160.	5	5	3	3	5	3	2	3	2	3	2	3	3
161.	5	1	5	5	5	2	4	1	2	5	5	5	5
162.	4	3	2	2	4	4	3	2	1	3	1	3	3
163.	5	5	5	3	4	3	4	3	4	4	2	2	4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO.	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
164.	5	5	5	5	5	4	2	4	5	3	3	3	5
165.	5	1	5	5	5	3	1	3	5	3	3	3	3
166.	5	3	5	5	4	3	5	2	5	4	3	2	2
167.	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
168.	5	3	5	5	5	4	1	3	3	5	1	3	5
169.	5	4	3	3	5	5	3	2	2	4	2	4	5
170.	5	3	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3
171.	5	3	3	3	5	4	3	4	3	5	3	3	4
172.	5	5	5	5	4	3	5	3	2	3	2	3	5
173.	4	3	2	3	5	5	2	2	2	5	2	3	3
174.	5	4	3	3	4	4	3	3	1	4	2	3	4
175.	5	4	4	3	5	3	1	3	3	3	1	2	4
176.	5	4	4	3	5	3	3	1	3	3	3	3	3
177.	3	3	2	3	4	4	3	1	1	3	1	2	3
178.	3	1	1	3	3	4	3	2	1	1	1	2	3
179.	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	1	3	4
180.	4	3	2	2	4	4	4	3	2	4	2	3	3
181.	5	3	3	2	3	4	3	1	2	3	1	3	5
182.	4	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3
183.	5	3	5	5	4	5	3	1	3	5	2	3	5
184.	5	3	4	4	5	4	3	3	4	5	1	2	4
185.	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2
186.	3	2	2	2	1	4	2	1	1	2	2	1	4
187.	5	5	4	4	4	3	3	1	3	4	3	3	4
188.	3	3	1	1	1	3	2	2	3	2	1	2	1
189.	5	3	3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4
190.	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	2	3	5
191.	3	4	2	2	3	5	2	1	2	2	1	1	4
192.	5	3	4	4	3	5	2	3	1	4	2	2	5
193.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2
194.	5	5	4	5	4	3	3	3	3	2	2	3	2
195.	5	2	4	5	5	4	3	3	3	4	2	4	5
196.	5	5	5	2	4	5	3	2	3	4	2	2	4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO.	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
197.	5	3	4	5	4	4	3	1	5	5	3	3	4
198.	4	4	4	4	3	2	1	3	5	2	2	4	
199.	4	1	3	3	5	3	3	3	5	2	3	5	
200.	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
201.	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3
202.	4	4	3	4	3	3	2	3	4	5	2	3	3
203.	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3
204.	5	3	4	4	3	3	2	2	2	4	2	2	2
205.	3	4	3	3	4	4	3	1	3	3	1	3	2
206.	5	3	4	5	3	3	4	2	3	5	3	3	4
207.	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	1	3	2
208.	5	5	5	5	5	4	3	2	3	5	1	3	5
209.	5	3	3	5	4	4	3	2	3	3	2	3	3
210.	5	5	4	4	5	3	1	2	2	4	2	3	4
211.	5	4	1	3	3	5	2	3	2	4	3	3	3
212.	4	4	2	2	5	3	4	2	4	2	3	2	4
213.	5	5	5	5	5	5	2	3	3	4	3	5	5
214.	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3
215.	3	4	2	4	2	3	2	1	3	3	2	2	3
216.	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3
217.	4	4	3	3	4	4	1	2	2	3	2	3	3

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

## SKALA KONTROL DIRI

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12
1.	4	2	2	2	2	3	1	2	3	1	2	4
2.	3	3	3	5	5	3	4	4	3	4	3	4
3.	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5
4.	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4
5.	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
6.	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4
7.	3	3	5	5	5	3	3	4	3	4	4	5
8.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
9.	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
10.	4	2	4	5	2	4	2	2	5	2	2	5
11.	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
12.	3	3	2	3	2	3	1	2	3	1	3	5
13.	4	4	5	4	5	3	3	4	3	4	3	2
14.	5	2	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4
15.	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	4	4
16.	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4
17.	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4
18.	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
19.	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3
20.	2	3	5	5	5	3	2	4	4	3	3	5
21.	3	2	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4
22.	3	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4
23.	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
24.	5	1	5	2	5	4	1	2	5	1	4	4
25.	4	2	3	5	5	3	3	3	4	3	4	5
26.	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	5
27.	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2	4	3
28.	3	2	4	3	4	3	2	2	3	2	4	4
29.	2	4	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1
30.	4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3
31.	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3



NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12
32.	4	3	3	3	4	2	2	3	4	2	4	4
33.	3	2	1	4	3	3	2	2	3	2	2	3
34.	3	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5
35.	3	4	3	3	5	3	4	3	3	3	5	3
36.	4	2	1	3	3	3	3	2	3	2	2	3
37.	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5
38.	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
39.	4	1	3	5	3	4	3	2	3	2	3	4
40.	3	4	3	5	5	4	2	4	5	5	5	4
41.	5	3	3	5	5	3	2	3	3	5	5	3
42.	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
43.	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
44.	4	1	3	5	5	4	2	4	5	2	1	5
45.	4	3	3	5	3	4	2	3	3	3	4	4
46.	5	3	3	4	5	3	5	3	3	3	4	5
47.	3	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
48.	3	2	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5
49.	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
50.	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
51.	5	3	3	4	5	3	2	3	4	3	3	2
52.	5	4	4	4	4	4	2	1	4	2	4	4
53.	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
54.	2	4	2	4	3	4	5	5	4	4	5	1
55.	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3
56.	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3
57.	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	2	2
58.	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5
59.	4	1	3	4	5	3	1	1	5	4	5	5
60.	5	5	3	4	5	1	2	2	5	2	4	2
61.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62.	4	3	3	3	3	5	2	4	3	3	4	4
63.	5	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	5
64.	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12
65.	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5
66.	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3
67.	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
68.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2
69.	3	3	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5
70.	4	4	3	5	5	4	4	3	3	4	5	4
71.	5	5	5	5	4	3	4	2	3	2	3	4
72.	4	3	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3
73.	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
74.	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4
75.	4	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	1
76.	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4
77.	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
78.	4	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4
79.	5	5	5	5	5	4	1	4	4	5	3	3
80.	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4
81.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82.	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
83.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	5	4
84.	4	4	5	5	5	3	3	3	4	3	3	1
85.	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
86.	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
87.	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1
88.	5	4	5	5	5	5	3	2	4	3	4	2
89.	5	2	5	5	4	5	4	5	4	4	4	1
90.	3	4	3	5	5	3	3	2	3	3	3	2
91.	3	4	4	4	4	5	2	4	4	3	3	4
92.	4	2	3	4	5	3	3	2	2	4	4	4
93.	3	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4
94.	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
95.	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4
96.	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	2
97.	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12
98.	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4
99.	3	3	4	4	4	2	4	1	2	4	3	2
100.	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3
101.	3	2	3	2	1	3	2	3	4	1	2	4
102.	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
103.	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	5	2
104.	2	4	4	3	5	3	3	2	3	5	5	3
105.	3	4	3	5	4	2	4	5	2	4	4	4
106.	4	2	3	4	5	3	2	5	4	2	4	5
107.	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2
108.	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3
109.	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	1
110.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
111.	3	4	2	4	4	2	3	5	3	4	5	5
112.	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3
113.	3	4	4	4	2	3	2	2	4	2	4	4
114.	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
115.	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
116.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2
117.	4	3	3	4	3	2	2	3	4	4	4	4
118.	3	5	3	3	2	5	5	5	4	4	5	4
119.	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
120.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
121.	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
122.	3	2	1	3	3	3	2	2	3	2	3	3
123.	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	5
124.	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3
125.	2	4	4	4	4	3	3	1	5	3	3	2
126.	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5
127.	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	5	3
128.	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
129.	4	3	3	4	5	3	2	2	4	4	5	5
130.	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12
131.	3	3	4	5	5	3	3	4	3	5	5	4
132.	4	2	5	4	4	4	4	4	4	2	2	4
133.	4	4	5	5	4	5	2	4	4	4	4	4
134.	5	4	4	5	5	4	5	3	4	3	4	3
135.	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	5
136.	4	1	3	1	1	3	1	1	4	4	4	2
137.	3	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	5
138.	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4
139.	5	1	1	2	3	5	2	3	4	1	3	1
140.	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3
141.	2	4	3	5	5	3	4	4	4	3	3	3
142.	5	5	1	5	4	5	2	4	4	4	4	5
143.	5	4	1	5	5	5	2	3	3	3	4	5
144.	3	3	5	5	3	4	3	3	4	3	4	4
145.	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
146.	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3
147.	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
148.	2	3	3	5	5	3	3	4	3	4	3	4
149.	3	3	3	4	4	2	3	4	3	2	4	5
150.	3	2	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5
151.	3	4	3	4	5	3	4	2	4	4	3	4
152.	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
153.	3	3	3	4	4	3	2	3	4	2	3	4
154.	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3
155.	4	2	4	5	2	4	4	4	4	2	4	4
156.	4	3	4	5	5	3	3	4	3	5	1	5
157.	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3
158.	3	4	3	4	5	3	3	3	4	3	4	5
159.	3	2	3	5	5	3	4	3	4	3	3	3
160.	3	4	5	4	5	3	5	4	3	5	5	2
161.	5	1	4	3	1	2	5	4	5	5	4	5
162.	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4
163.	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12
164.	4	3	2	4	4	3	3	3	4	2	3	4
165.	5	4	3	5	4	4	2	2	5	3	5	4
166.	4	4	3	5	4	4	1	4	5	4	5	4
167.	4	4	4	5	5	5	2	3	4	2	3	3
168.	3	4	5	5	5	3	3	5	5	1	3	5
169.	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5
170.	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
171.	4	3	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3
172.	4	3	3	4	5	3	2	2	5	4	4	5
173.	4	3	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4
174.	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
175.	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1
176.	3	2	3	3	4	3	3	3	5	3	3	5
177.	3	4	3	5	5	2	5	3	3	4	3	4
178.	4	5	4	5	5	2	4	3	3	4	4	4
179.	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
180.	4	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	4
181.	5	4	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3
182.	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
183.	5	4	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3
184.	2	4	3	3	4	4	2	3	3	4	4	3
185.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
186.	4	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	3
187.	4	3	4	5	5	3	3	4	4	3	3	5
188.	3	3	3	5	5	2	4	4	3	5	5	5
189.	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
190.	5	3	4	4	4	5	4	4	3	1	1	5
191.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
192.	4	4	5	4	5	3	3	4	5	4	4	5
193.	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
194.	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
195.	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
196.	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	KD10	KD11	KD12
197.	4	2	4	4	3	5	3	4	5	3	4	5
198.	4	2	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4
199.	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	5
200.	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4
201.	4	4	3	5	4	3	2	3	4	5	4	5
202.	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	3
203.	3	4	3	4	5	3	3	3	3	4	4	3
204.	4	3	4	5	5	4	2	4	4	4	5	5
205.	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3
206.	3	3	2	4	5	3	3	3	4	4	5	4
207.	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3
208.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
209.	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4
210.	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	5
211.	4	4	5	3	5	5	4	3	4	4	5	5
212.	3	2	2	3	2	2	2	2	5	2	2	5
213.	3	3	2	4	5	4	4	3	3	3	4	4
214.	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4
215.	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4
216.	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
217.	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	4	5

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

## SKALA IMPULSIVE BUYING

©

NO	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	IB8	IB9	IB10	IB11	IB12	IB13	IB14	IB15	IB16	IB17
1.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5	5
2.	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	4	4	3	3	1	3
3.	3	3	3	1	2	4	3	2	3	2	2	3	4	1	4	5	1
4.	1	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
5.	3	2	1	2	1	2	1	2	1	5	2	1	1	1	1	1	1
6.	1	1	1	3	1	1	1	2	1	2	2	1	3	2	1	1	2
7.	3	3	3	2	3	3	4	2	1	2	3	3	3	4	3	2	2
8.	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	3	2	1	1	2
9.	4	4	4	3	4	3	4	3	3	1	1	3	4	2	4	4	2
10.	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	1	4	5	1	5	3	1
11.	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	2
12.	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	1	3	1	2
13.	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	2
14.	1	3	2	4	3	1	3	4	1	5	3	1	2	2	3	2	2
15.	3	3	5	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	5	5	3
16.	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	1	3	4	2	3	2	3
17.	3	3	2	2	2	1	3	2	4	2	2	3	3	2	2	1	2
18.	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3
19.	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1
20.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1
21.	3	4	4	3	2	2	3	1	2	1	1	3	4	2	2	1	2
22.	3	4	2	2	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	1
23.	1	2	1	3	2	3	2	1	2	1	2	1	3	2	1	1	2
24.	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
25.	2	1	1	5	3	3	2	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1
26.	3	4	5	3	5	2	4	3	5	5	4	3	5	3	2	3	2
27.	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3
28.	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29.	2	2	3	3	5	2	2	1	5	1	1	5	5	1	5	5	1
30.	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31.	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	IB8	IB9	IB10	IB11	IB12	IB13	IB14	IB15	IB16	IB17
32	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	2	1	3	1	2	1	1
33	2	3	2	5	4	1	3	4	2	2	1	2	4	2	2	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1
36	2	3	2	4	3	3	3	4	2	2	2	3	4	2	4	1	1
37	2	3	2	3	4	4	3	2	2	1	2	2	3	2	4	2	1
38	2	2	2	1	2	3	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1
39	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	3	1	1
40	3	2	4	2	3	5	3	2	4	1	4	2	4	4	3	2	3
41	1	1	1	2	1	2	1	2	1	5	5	1	1	5	1	1	2
42	3	3	3	2	2	3	1	3	2	1	3	4	1	3	1	1	1
43	1	3	2	1	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2
44	1	3	2	2	4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
45	3	5	3	3	5	3	1	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2
46	2	2	1	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
47	1	5	2	2	2	1	3	4	2	3	5	5	5	4	5	1	5
48	1	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
49	3	3	2	3	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	1	3
50	3	4	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2
51	2	5	3	2	4	1	3	2	1	5	1	5	5	1	3	1	1
52	5	5	5	2	5	5	5	2	5	2	1	5	5	1	5	5	1
53	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	1	3	4	2	3	3	2
54	1	2	3	4	1	1	1	5	1	5	5	1	1	5	1	1	5
55	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
56	1	3	2	5	2	2	2	4	1	4	4	2	3	3	4	2	4
57	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	3	3	2	4	2	2	2	4	2	4	4	2	2	4	2	2	4
60	3	1	2	3	3	3	2	5	2	5	5	3	3	5	3	1	4
61	3	3	4	2	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	4	4	2
62	2	2	2	2	4	3	3	2	1	1	2	1	3	1	3	1	1
63	5	5	5	1	5	5	5	1	5	1	1	5	5	1	5	5	1
64	4	3	3	3	3	3	3	4	1	2	3	3	4	3	4	2	1



NO	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	IB8	IB9	IB10	IB11	IB12	IB13	IB14	IB15	IB16	IB17
65	3	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	3	4	2	3	2	2
66	2	3	1	2	3	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1
67	3	2	2	1	3	3	2	2	2	4	2	2	4	1	3	3	2
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3
69	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	1	1
70	1	1	1	2	3	1	2	1	3	1	2	1	2	1	5	1	1
71	1	3	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	4	1	2	1	1
72	2	3	3	3	2	3	2	4	2	4	5	3	3	3	3	3	3
73	3	4	2	1	3	5	2	1	2	1	2	3	3	2	1	1	1
74	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
75	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	5	1	1
76	2	4	2	1	3	2	3	1	3	1	1	2	3	1	2	1	1
77	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	3	2	2
78	2	3	1	1	1	1	2	1	3	1	1	2	2	1	2	1	1
79	1	3	2	2	1	4	3	2	1	1	1	4	5	1	1	1	1
80	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	5	4	2	5	4	4
81	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2
82	5	3	3	3	5	5	3	1	5	3	1	3	3	2	3	2	2
83	1	2	1	1	3	3	2	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1
84	2	3	1	2	4	3	3	2	2	2	2	3	4	1	3	5	2
85	1	3	3	1	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	2	2	2
86	1	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
87	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	2	3	2	1	3	3	2	1	2	2	1	2	4	1	2	1	1
90	3	4	3	3	3	2	4	5	3	4	3	3	5	1	5	2	3
91	3	1	2	5	1	1	1	1	1	4	4	1	4	5	2	1	3
92	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1
93	3	2	1	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
94	2	2	1	1	2	1	3	2	1	3	1	2	2	1	2	1	1
95	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	1	3	2	1
96	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	1	3
97	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	4	4	1	4	3	3

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



NO	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	IB8	IB9	IB10	IB11	IB12	IB13	IB14	IB15	IB16	IB17
98	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	4	4	3	2	1
99	1	1	3	5	3	1	1	1	1	3	5	1	1	3	1	1	3
10	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	1	1	2
10	4	3	3	2	4	3	2	2	3	1	1	2	2	1	2	3	1
10	2	4	5	2	4	3	5	4	2	3	1	2	4	1	5	1	1
10	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	1	3	4	2	3	2	1
10	3	2	3	5	3	1	4	5	1	4	4	2	3	5	4	1	5
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	5	1	1	2
10	2	4	2	1	3	4	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1
10	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	4	1	4	1	5
10	1	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3
10	2	3	3	1	3	2	3	3	3	2	3	2	1	4	2	2	4
11	2	2	2	4	3	1	3	2	2	1	2	1	5	1	3	2	2
11	2	3	3	3	3	2	3	2	1	5	1	3	3	2	3	4	1
11	1	3	1	2	1	1	1	2	1	5	2	4	4	2	1	1	2
11	1	4	1	2	2	4	3	2	1	2	2	1	5	2	4	1	1
11	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2
11	2	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1
11	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	1
11	1	3	2	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1
11	3	5	1	2	3	1	1	2	1	2	2	1	1	2	3	1	2
11	2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	1	3	2	3	2	1	1
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	1	3	5	2	4	2	4	3	1	3	3	4	1	4	2	1
12	2	3	1	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	3	2	1
12	3	2	2	4	3	3	5	2	3	3	2	3	3	2	4	3	2
12	2	3	3	4	1	2	4	5	1	4	3	1	3	2	4	1	5
12	4	3	4	1	5	3	3	5	1	4	3	3	3	3	4	4	1
12	2	2	3	3	2	5	2	3	1	5	2	3	5	3	2	2	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	5	1	1
12	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	3	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1
13	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	5	2	2	2	1

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	IB8	IB9	IB10	IB11	IB12	IB13	IB14	IB15	IB16	IB17
13	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	2	2
13	4	4	3	3	4	1	4	3	2	2	4	3	4	4	4	1	3
13	3	4	2	2	4	4	3	1	5	1	1	3	5	1	4	1	1
13	3	4	3	2	2	5	2	3	2	3	1	2	3	1	5	3	1
13	2	5	3	3	5	3	3	3	2	3	2	3	3	3	5	5	1
13	1	2	1	1	1	3	1	2	1	5	2	1	3	4	1	1	5
13	3	3	5	2	2	3	3	1	2	4	1	3	3	2	3	2	1
13	2	2	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2
13	2	3	2	3	2	5	5	2	2	3	3	5	3	2	4	4	2
14	5	3	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	4
14	1	3	2	3	3	1	2	2	5	2	2	2	2	1	1	1	5
14	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1
14	3	5	1	1	3	1	3	1	1	1	2	1	5	1	5	1	1
14	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	5	3	4	3	3	1
14	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	4
14	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1
14	3	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
14	3	3	4	2	4	5	4	2	4	2	3	3	5	3	2	2	1
15	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2
15	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	1	3
15	1	1	1	5	3	3	1	4	1	1	1	5	1	1	3	1	2
15	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	5	2	1
15	2	2	2	2	1	3	3	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2
15	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
15	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2
15	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	3	1	1	1	1
15	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	2	3	2	2
15	2	3	1	2	2	3	2	1	4	1	1	1	5	1	2	1	1
16	3	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1
16	4	1	2	3	1	5	4	5	1	3	3	1	5	5	1	3	2
16	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	1	4	2	2	1	1
16	2	3	5	3	3	3	3	3	2	4	5	2	3	2	3	4	2

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	IB8	IB9	IB10	IB11	IB12	IB13	IB14	IB15	IB16	IB17
16	3	3	3	3	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2
16	3	4	1	2	3	3	3	2	1	2	2	1	1	2	3	3	2
16	2	5	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1
16	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	1	5	2	1
16	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1
17	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3
17	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3
17	3	2	1	2	3	1	5	1	1	1	1	2	5	1	5	1	1
17	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	3	3	1	4	3	1
17	2	2	3	2	4	4	3	2	2	2	3	2	4	5	3	1	3
17	3	2	2	1	3	3	3	1	1	5	1	2	2	2	2	1	1
17	3	3	2	3	5	3	2	3	2	1	3	3	1	3	1	1	1
17	2	2	1	3	2	1	3	1	1	2	1	2	4	3	2	1	1
17	2	3	1	2	2	1	2	3	1	2	1	2	4	3	2	1	2
17	3	3	3	4	3	3	3	3	2	5	2	2	3	2	2	2	2
18	2	3	2	3	2	3	2	3	4	2	1	3	4	2	2	2	1
18	2	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
18	2	1	2	3	2	2	1	5	2	5	4	2	4	4	2	2	4
18	2	1	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	5	3	5	3	3
18	3	3	5	3	4	4	5	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3
18	3	3	2	1	3	3	4	3	4	2	2	4	3	2	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	1	1	1	5	1	1	1
18	3	2	2	2	2	4	2	2	2	1	1	3	4	1	3	1	1
18	2	3	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	3	3	4	2	4	3	4	3	3	2	2	3	5	3	5	4	1
19	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	2	4	3	4
19	3	4	2	3	5	5	5	3	5	1	2	2	5	1	1	1	1
19	3	4	3	3	4	2	2	1	3	2	2	2	5	1	2	1	1
19	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	1
19	2	2	2	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3
19	4	3	5	3	5	3	5	1	2	5	3	3	4	1	5	3	2
19	2	3	1	2	3	2	2	4	1	3	2	3	4	2	4	2	2

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

NO	IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB6	IB7	IB8	IB9	IB10	IB11	IB12	IB13	IB14	IB15	IB16	IB17
19	2	5	2	1	2	2	5	1	4	4	3	3	5	4	1	5	1
19	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	1	1	1	2
19	2	2	2	1	1	3	2	1	1	3	1	2	3	1	3	1	1
20	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	2	2	2
20	1	3	2	5	3	3	3	2	1	2	2	1	1	2	3	1	2
20	2	3	5	3	4	3	2	4	1	2	2	1	2	1	3	5	2
20	1	3	3	1	3	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1
20	2	4	1	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	4	2	3	1
20	1	3	1	1	2	3	2	2	1	2	2	1	1	5	4	1	2
20	2	4	1	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	4	2	3	1
20	3	5	2	2	1	1	4	1	1	1	2	2	3	5	2	1	2
20	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	2	3	1	2
21	3	2	1	2	3	1	2	1	1	1	2	1	3	1	2	1	1
21	3	3	3	1	3	3	2	1	1	3	1	3	4	1	1	1	1
21	2	3	2	3	2	1	4	1	3	2	1	2	4	2	4	1	1
21	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	2	5	1	3	3	3
21	3	3	2	3	2	3	2	4	2	3	4	2	3	3	3	3	4
21	2	2	3	2	4	4	3	2	1	1	1	3	4	2	2	5	1
21	1	1	1	5	1	1	1	5	1	5	5	1	1	5	1	1	5
21	3	3	3	2	2	4	2	1	2	2	1	3	3	1	3	2	1

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN G**

### **DATA DEMOGRAFIS SUBJEK TRYOUT DAN PENELITIAN**

## © Hak

## Cipta milik UIN Suska Riau

## DATA DEMOGRAFI SUBJEK TRYOUT

NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
1.	25	Perempuan	Freelance	ya	> 6 tahun
2.	13	Perempuan	bru smp	ya	3-4 tahun
3.	13	Perempuan	masih sekolah	ya	> 6 tahun
4.	26	Perempuan	pns	ya	3-4 tahun
5.	16	Perempuan	-	ya	> 6 tahun
6.	16	Perempuan	-	ya	1-2 tahun
7.	25	Perempuan	Karyawan	ya	> 6 tahun
8.	22	Laki-laki	Freelancer	ya	1-2 tahun
9.	19	Perempuan	Mahasiswa	ya	5-6 tahun
10.	25	Perempuan	perawat	ya	> 6 tahun
11.	22	Perempuan	Mahasiswa	ya	> 6 tahun
12.	25	Perempuan	-	ya	1-2 tahun
13.	19	Perempuan	Mahasiswa	ya	> 6 tahun
14.	26	Laki-laki	Mahasiswa	ya	1-2 tahun
15.	27	Perempuan	Guru	ya	5-6 tahun
16.	20	Perempuan	mahasiswi	ya	> 6 tahun
17.	24	Perempuan	Guru	ya	> 6 tahun
18.	30	Perempuan	Guru	tidak	1-2 tahun
19.	19	Perempuan	Tidak Bekerja	ya	> 6 tahun
20.	19	Perempuan	Mahasiswa	ya	> 6 tahun
21.	21	Perempuan	mahasiswa	ya	5-6 tahun
22.	22	Perempuan	Perawat	ya	5-6 tahun
23.	26	Perempuan	Karyawan Swasta	ya	> 6 tahun
24.	17	Perempuan	Pelajar	ya	> 6 tahun
25.	22	Perempuan	Mahasiswa	ya	> 6 tahun
26.	28	Perempuan	Counter laundry	ya	> 6 tahun
27.	22	Perempuan	(pengangguran)	ya	5-6 tahun
28.	22	Perempuan	mahasiswa	ya	1-2 tahun
29.	30	Perempuan	Wirausaha	ya	> 6 tahun
30.	23	Perempuan	PNS	ya	> 6 tahun
31.	29	Laki-laki	wiraswasta	ya	> 6 tahun
32.	26	Perempuan	Staf Admin	ya	3-4 tahun

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
33.	24	Perempuan	Karyawan swasta	tidak	3-4 tahun
34.	25	Perempuan	Mahasiswa	ya	3-4 tahun
35.	25	Perempuan	Karyawan swasta	tidak	> 6 tahun
36.	24	Perempuan	-	ya	5-6 tahun
37.	27	Perempuan	Karyawan Swasta	ya	5-6 tahun
38.	25	Perempuan	Pns	ya	> 6 tahun
39.	20	Perempuan	Mahasiswa	ya	> 6 tahun
40.	25	Perempuan	Guru	ya	3-4 tahun
41.	25	Perempuan	Wiraswasta	ya	3-4 tahun
42.	20	Laki-laki	Karyawan Swasta	ya	3-4 tahun
43.	28	Perempuan	Paruh waktu	ya	5-6 tahun
44.	21	Perempuan	Mahasiswa	ya	> 6 tahun
45.	22	Perempuan	Pelajar	ya	> 6 tahun
46.	16	Perempuan	masih sekolah tingkat SMK	ya	> 6 tahun
47.	16	Perempuan	siswi smk	ya	3-4 tahun
48.	20	Perempuan	Mengurus Kebun	ya	3-4 tahun
49.	12	Perempuan	ga ada	ya	1-2 tahun
50.	16	Perempuan	Masih pelajar	ya	3-4 tahun
51.	13	Perempuan	School	ya	1-2 tahun
52.	14	Perempuan	Bersekolah	ya	1-2 tahun
53.	15	Perempuan	Siswa	ya	< 1 tahun
54.	14	Perempuan	belum bekerja	ya	1-2 tahun
55.	48	Perempuan	Guru	tidak	1-2 tahun
56.	15	Perempuan	Pelajar	ya	> 6 tahun
57.	12	Perempuan	masi sekolah	ya	1-2 tahun
58.	14	Perempuan	Masih sekolah	ya	< 1 tahun
59.	13	Perempuan	masih sekolah	ya	3-4 tahun
60.	13	Perempuan	pelajar	ya	5-6 tahun
61.	19	Perempuan	mahasiswa	ya	5-6 tahun
62.	21	Perempuan	Model	ya	3-4 tahun
63.	17	Perempuan	Seorang pelajar	ya	> 6 tahun
64.	13	Perempuan	belum berkerja	ya	1-2 tahun

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
65.	16	Perempuan	siswi smk	ya	5-6 tahun
66.	12	Perempuan	pelajar	ya	5-6 tahun
67.	17	Perempuan	swasta	ya	1-2 tahun
68.	20	Perempuan	Tidak bekerja	ya	3-4 tahun
69.	17	Perempuan	Masih pelajar	ya	> 6 tahun
70.	12	Perempuan	pelajar	ya	< 1 tahun
71.	17	Perempuan	belum bekerja	ya	1-2 tahun
72.	12	Perempuan	Belum bekerja	ya	1-2 tahun
73.	16	Perempuan	Sekolah	ya	3-4 tahun
74.	13	Perempuan	xx	ya	1-2 tahun
75.	16	Perempuan	Pelajar	ya	> 6 tahun
76.	13	Perempuan	Tidak ada	ya	3-4 tahun
77.	15	Perempuan	pelajar	ya	3-4 tahun
78.	31	Perempuan	Ibu rumah tangga	ya	3-4 tahun
79.	34	Perempuan	Karyawan	ya	> 6 tahun
80.	25	Perempuan	Dokter gigi	ya	> 6 tahun
81.	35	Perempuan	Wirausaha	ya	> 6 tahun
82.	25	Perempuan	Freelance	ya	> 6 tahun
83.	15	Perempuan	Pelajar	ya	5-6 tahun
84.	17	Perempuan	Siswi	ya	3-4 tahun
85.	13	Perempuan	masih sekolah	ya	1-2 tahun
86.	21	Perempuan	Karyawan pabrik	ya	5-6 tahun
87.	12	Perempuan	siswi	ya	> 6 tahun
88.	15	Perempuan	Pelajar	ya	< 1 tahun
89.	13	Perempuan	-	ya	< 1 tahun
90.	14	Perempuan	siswa	ya	1-2 tahun
91.	16	Perempuan	pelajar	ya	< 1 tahun
92.	22	Perempuan	Mahasiswa	ya	3-4 tahun
93.	17	Perempuan	Pelajar	ya	5-6 tahun
94.	15	Perempuan	Pelajar	ya	3-4 tahun
95.	15	Perempuan	belum bekerja	ya	3-4 tahun
96.	13	Perempuan	pelajar yang masih duduk di bangku smp	ya	3-4 tahun
97.	15	Perempuan	belum adaa	ya	3-4 tahun

## © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
98.	25	Perempuan	Karyawan swasta	ya	5-6 tahun
99.	30	Perempuan	Ibu rumah tangga	ya	1-2 tahun
100.	24	Perempuan	Mahasiswa	ya	3-4 tahun
101.	24	Perempuan	Writers	ya	3-4 tahun
102.	21	Perempuan	Karyawan	ya	5-6 tahun
103.	15	Perempuan	-	ya	3-4 tahun
104.	20	Perempuan	Host live	ya	> 6 tahun
105.	14	Perempuan	belum ada	ya	1-2 tahun
106.	22	Perempuan	Mahasiswa	ya	3-4 tahun
107.	18	Perempuan	Fresh graduate	ya	5-6 tahun

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DATA DEMOGRAFI SUBJEK PENELITIAN

NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
1.	27	jenis kelamin	Pns	Ya	>5 tahun
2.	25	perempuan	Ibu Rumah Tangga	Tidak	>5 tahun
3.	31	perempuan	Swasta	Ya	>5 tahun
4.	21	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
5.	23	perempuan	Karyawan swasta	Ya	2-3 tahun
6.	20	perempuan	Pegawai	Ya	3-4 tahun
7.	17	laki-laki	Mahasiswi	Ya	2-3 tahun
8.	27	perempuan	staff kelurahan	Ya	>5 tahun
9.	16	perempuan	masih pelajar	Ya	4-5 tahun
10.	14	perempuan	Sekolah	Ya	>5 tahun
11.	27	perempuan	Operator Produksi di Pabrik	Ya	>5 tahun
12.	19	perempuan	Mahasiswa	Ya	4-5 tahun
13.	21	perempuan	-	Ya	>5 tahun
14.	17	perempuan	Masih pelajar	Ya	>5 tahun
15.	12	perempuan	pelajar	Ya	>5 tahun
16.	17	perempuan	Masih SMA	Ya	>5 tahun
17.	36	perempuan	Ibu rumah tangga	Ya	>5 tahun
18.	34	perempuan	Karyawan Swasta	Ya	>5 tahun
19.	24	perempuan	IRT	Ya	2-3 tahun
20.	34	perempuan	Karyawan swasta	Ya	4-5 tahun
21.	17	perempuan	Mahasiswa	Ya	3-4 tahun
22.	26	perempuan	Menjahit	Ya	1-2 tahun
23.	19	perempuan	Tidak ada	Ya	2-3 tahun
24.	28	perempuan	Wiraswasta	Ya	2-3 tahun
25.	24	perempuan	PNS	Ya	>5 tahun
26.	13	perempuan	Masih sekolah	Ya	>5 tahun
27.	19	perempuan	-	Ya	2-3 tahun
28.	35	perempuan	Karyawan Swasta	Ya	>5 tahun
29.	22	perempuan	Pedagang	Ya	>5 tahun
30.	19	perempuan	Staff Admin	Ya	>5 tahun
31.	24	perempuan	Karyawan	Ya	3-4 tahun
32.	18	perempuan	Art	Ya	3-4 tahun

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Status Keanggotaan Fandom	Durasi Menjadi Penggemar K-POP
33.	21	perempuan	Rebahan	Ya	3-4 tahun
34.	36	perempuan	Wirausaha	Ya	>5 tahun
35.	20	perempuan	Pengangguran	Ya	>5 tahun
36.	21	perempuan	Rebahan	Ya	3-4 tahun
37.	25	perempuan	Kuliah	Ya	>5 tahun
38.	20	perempuan	Barista	Ya	3-4 tahun
39.	29	perempuan	Wiraswasta	Ya	>5 tahun
40.	18	perempuan	sebagai pekerja di toko makanan (dimsum)	Ya	3-4 tahun
41.	29	perempuan	Pengangguran	Ya	1-2 tahun
42.	25	perempuan	Pegawai	Ya	3-4 tahun
43.	14	perempuan	pelajar	Ya	4-5 tahun
44.	19	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
45.	26	perempuan	Swasta	Ya	>5 tahun
46.	29	perempuan	staff admin	Ya	>5 tahun
47.	33	perempuan	IRT	Ya	4-5 tahun
48.	25	perempuan	Swasta	Ya	>5 tahun
49.	30	perempuan	Wiraswasta	Ya	>5 tahun
50.	22	perempuan	Swasta	Ya	4-5 tahun
51.	19	perempuan	Mahasiswa	Ya	4-5 tahun
52.	23	perempuan	sales representitive	Ya	>5 tahun
53.	23	perempuan	telemarketing	Ya	3-4 tahun
54.	27	perempuan	Tkw	Ya	1-2 tahun
55.	27	perempuan	Wirausaha	Ya	>5 tahun
56.	14.	perempuan	Masih sekolah.	Ya	1-2 tahun
57.	29	perempuan	Karyawan swasta	Ya	>5 tahun
58.	30	perempuan	Guru	Ya	>5 tahun
59.	18	perempuan	Swasta	Ya	>5 tahun
60.	19	perempuan	kuliah	Ya	>5 tahun
61.	20	perempuan	Swasta	Ya	2-3 tahun
62.	22	perempuan	e-commerce seller	Ya	3-4 tahun
63.	24	perempuan	Art	Ya	>5 tahun
64.	17	perempuan	Pelajar	Ya	3-4 tahun
65.	17	perempuan	Pelajar	Ya	4-5 tahun

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau	NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
66.	22	perempuan		Mahasiswa	Ya	>5 tahun
67.	25	perempuan		Kerja toko	Ya	4-5 tahun
68.	30	perempuan		Berdagang	Ya	>5 tahun
69.	35	perempuan		Wiraswasta	Ya	>5 tahun
70.	25	perempuan		Pelajar/mahasiswa	Ya	3-4 tahun
71.	16	perempuan		Sketsa novel	Ya	>5 tahun
72.	29	perempuan		Art	Ya	1-2 tahun
73.	20	perempuan		Mahasiswa	Ya	>5 tahun
74.	18	perempuan		mahasiswa	Ya	>5 tahun
75.	15	perempuan		Pelajar	Ya	>5 tahun
76.	22	perempuan		Mahasiswa	Ya	3-4 tahun
77.	18	perempuan		Tidak ada	Ya	>5 tahun
78.	20	perempuan		kosong	Ya	2-3 tahun
79.	19	perempuan		mahasiswa	Ya	>5 tahun
80.	27	perempuan		Pns	Ya	>5 tahun
81.	35	perempuan		Ibu rumah tangga	Ya	>5 tahun
82.	20	perempuan		Pelajar	Ya	>5 tahun
83.	18	perempuan		belum bekerja	Ya	>5 tahun
84.	27	perempuan		Admin	Ya	>5 tahun
85.	29	perempuan		Mahasiswa	Ya	>5 tahun
86.	26	perempuan		Guru	Ya	1-2 tahun
87.	26	perempuan		Asisten farmasi	Ya	3-4 tahun
88.	31	perempuan		PPPK	Ya	>5 tahun
89.	15	perempuan		Sekolah (pelajar)	Ya	>5 tahun
90.	17	perempuan		Pelajar	Ya	>5 tahun
91.	33	perempuan		Pengangguran	Ya	>5 tahun
92.	52	perempuan		Freelance	Ya	4-5 tahun
93.	18	perempuan		Pelajar/ mahasiswi	Ya	>5 tahun
94.	35	perempuan		Ibu rumah tangga	Ya	>5 tahun
95.	26	perempuan		Wiraswasta	Ya	2-3 tahun
96.	23	perempuan		Usaha	Ya	1-2 tahun
97.	17	perempuan		sekolah	Ya	>5 tahun
98.	20	perempuan		Karyawan	Ya	>5 tahun
99.	19	perempuan		Mahasiswa	Ya	4-5 tahun
100.	23	perempuan		Mahasiswi	Ya	>5 tahun

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta <a href="#">ptakita.id</a>	NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
	101.	26	perempuan	Honorer	Ya	>5 tahun
	102.	15	perempuan	Belum	Ya	2-3 tahun
	103.	22	perempuan	Mahasiswa	Ya	2-3 tahun
	104.	13	perempuan	Tidak ada	Ya	3-4 tahun
	105.	13	perempuan	pelajar	Ya	3-4 tahun
	106.	16	perempuan	Siswa	Ya	4-5 tahun
	107.	22	perempuan	mahasiswa	Ya	>5 tahun
	108.	37	perempuan	Cleaner	Ya	2-3 tahun
	109.	37	perempuan	Cleaner	Ya	2-3 tahun
	110.	18	perempuan	Mahasiswa	Ya	3-4 tahun
	111.	18	perempuan	Sekolah	Ya	1-2 tahun
	112.	15	perempuan	Murit smk	Ya	2-3 tahun
	113.	15	perempuan	masi sekolah	Ya	2-3 tahun
	114.	13	laki-laki	Belum bekerja	Ya	3-4 tahun
	115.	48	perempuan	Swasta	Ya	3-4 tahun
	116.	17	perempuan	Siswa	Ya	4-5 tahun
	117.	22	perempuan	Usaha	Ya	3-4 tahun
	118.	15	perempuan	siswi	Ya	>5 tahun
	119.	15	perempuan	-	Ya	2-3 tahun
	120.	15	perempuan	-	Ya	1-2 tahun
	121.	15	perempuan	pelajar	Ya	4-5 tahun
	122.	19	perempuan	Belum ada	Ya	1-2 tahun
	123.	16	perempuan	masih bersekolah	Ya	4-5 tahun
	124.	13	perempuan	Tidak ada	Ya	3-4 tahun
	125.	13	perempuan	Tidak ada	Ya	3-4 tahun
	126.	24	perempuan	swasta	Ya	>5 tahun
	127.	18	perempuan	Sekolah	Ya	4-5 tahun
	128.	26	perempuan	Administrasi	Ya	>5 tahun
	129.	15	perempuan	pelajar SMA	Ya	>5 tahun
	130.	17	perempuan	Pelajar	Ya	2-3 tahun
	131.	18	perempuan	kuliah	Ya	2-3 tahun
	132.	23	perempuan	Pelajar	Ya	4-5 tahun
	133.	15	perempuan	Membantu mama	Ya	2-3 tahun
	134.	22	perempuan	Mahasiswa	Ya	3-4 tahun
	135.	23	perempuan	Wiraswasta	Ya	3-4 tahun

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

◎ <b>HAK Cipta</b>	No.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	<b>DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP</b>
	136.	24	perempuan	Tidak pekerja	Ya	>5 tahun
	137.	24	perempuan	Guru PAUD	Ya	4-5 tahun
	138.	20	perempuan	-	Ya	>5 tahun
	139.	22	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
	140.	26	perempuan	Manager	Ya	>5 tahun
	141.	20	perempuan	Mahasiswa	Ya	4-5 tahun
	142.	19	perempuan	Pengangguran	Tidak	>5 tahun
	143.	19	perempuan	Pengangguran	Tidak	>5 tahun
	144.	19	perempuan	mahasiswa	Ya	>5 tahun
	145.	20	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
	146.	20	perempuan	Mahasiswi	Ya	1-2 tahun
	147.	30	perempuan	Karyawan Swasta	Ya	>5 tahun
	148.	18	perempuan	Barista	Ya	>5 tahun
	149.	18	perempuan	Mahasiswi	Ya	>5 tahun
	150.	17	perempuan	Pelajar	Ya	>5 tahun
	151.	23	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
	152.	21	perempuan	Pelajar	Ya	>5 tahun
	153.	20	perempuan	Mahasiswi	Ya	1-2 tahun
	154.	17	perempuan	Pelajar	Ya	3-4 tahun
	155.	33	perempuan	Karyawan	Ya	2-3 tahun
	156.	30	perempuan	Guru	Ya	>5 tahun
	157.	25	perempuan	irt	Ya	>5 tahun
	158.	21	perempuan	Mahasiswa	Ya	4-5 tahun
	159.	19	perempuan	Karyawan	Ya	4-5 tahun
	160.	21	perempuan	Bekerja di kantor BPN	Ya	>5 tahun
	161.	24	perempuan	Restoran	Ya	3-4 tahun
	162.	16	laki-laki	tidak berkerja	Ya	2-3 tahun
	163.	21	perempuan	tidak ada wkwk	Ya	4-5 tahun
	164.	22	perempuan	mahasiswi	Ya	>5 tahun
	165.	23	perempuan	Pengusaha	Ya	3-4 tahun
	166.	23	perempuan	Pengusaha	Ya	3-4 tahun
	167.	31	perempuan	Swasta	Ya	>5 tahun
	168.	26	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
	169.	33	perempuan	Wirausaha	Ya	>5 tahun
	170.	29	perempuan	Kasir	Ya	2-3 tahun

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## © Hak Cipta

## Universitas Syarif Kasih

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO.	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
171.	20	perempuan	Belum kerja	Ya	4-5 tahun
172.	18	perempuan	Masih fresh graduate	Ya	>5 tahun
173.	19	perempuan	ngga ada	Ya	2-3 tahun
174.	14	perempuan	blm ada (pelajar)	Ya	4-5 tahun
175.	23	perempuan	Perawat	Ya	4-5 tahun
176.	20	perempuan	Mahasiswi	Ya	2-3 tahun
177.	19	perempuan	Administrasi	Ya	3-4 tahun
178.	19	perempuan	Administrasi	Ya	3-4 tahun
179.	15	perempuan	pelajar	Ya	4-5 tahun
180.	22	perempuan	Mahasiswi	Ya	>5 tahun
181.	26	perempuan	Wiraswasta	Ya	>5 tahun
182.	23	perempuan	SPG bakery	Ya	3-4 tahun
183.	23	perempuan	Karyawan	Ya	3-4 tahun
184.	18	perempuan	Pelajar	Ya	2-3 tahun
185.	25	perempuan	Freelance/bisnis	Ya	>5 tahun
186.	20	perempuan	Mahasiswi	Ya	>5 tahun
187.	17	perempuan	Siswa	Ya	>5 tahun
188.	20	perempuan	mahasiswa	Ya	>5 tahun
189.	27	perempuan	Swasta	Ya	>5 tahun
190.	30	perempuan	Belum kerja	Tidak	4-5 tahun
191.	20	perempuan	mahasiswa	Ya	>5 tahun
192.	25	perempuan	swasta	Ya	>5 tahun
193.	23	perempuan	Guru les	Ya	2-3 tahun
194.	38	perempuan	IRT	Ya	>5 tahun
195.	25	perempuan	Karyawan	Ya	2-3 tahun
196.	22	perempuan	Swasta	Ya	>5 tahun
197.	28	perempuan	Buka warung	Ya	2-3 tahun
198.	21	perempuan	mahasiswa	Ya	>5 tahun
199.	23	perempuan	IRT	Ya	4-5 tahun
200.	18	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
201.	22	perempuan	IRT	Ya	>5 tahun
202.	28	perempuan	Mahasiswa +suster	Ya	1-2 tahun
203.	25	perempuan	IRT	Ya	3-4 tahun
204.	42	perempuan	karyawan swasta	Ya	3-4 tahun

© Hak Cipta	No	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	STATUS KEANGGOTAAN FANDOM	DURASI MENJADI PENGGEMAR K-POP
	205.	22	perempuan	Penjual	Ya	1-2 tahun
	206.	20	perempuan	Mahasiswi	Ya	>5 tahun
	207.	22	perempuan	Penjual	Ya	1-2 tahun
	208.	22	perempuan	Barista	Ya	>5 tahun
	209.	28	perempuan	Wiraswasta	Ya	1-2 tahun
	210.	17	perempuan	Tidak ada	Ya	4-5 tahun
	211.	22	perempuan	Analys	Ya	>5 tahun
	212.	17	laki-laki	Pelajar	Ya	3-4 tahun
	213.	17	perempuan	pelajar	Ya	>5 tahun
	214.	20	perempuan	Mahasiswa	Ya	>5 tahun
	215.	20	perempuan	-	Ya	>5 tahun
	216.	34	perempuan	Karyawan swasta	Ya	3-4 tahun
	217.	22	perempuan	Fresh graduate	Ya	2-3 tahun

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN H**

### **UJI ASUMSI**

**UIN SUSKA RIAU**

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### A. Uji Normalitas Data Penelitian

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized	Residual
Z			217
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	8,87811396	
Most Extreme Differences	Absolute	,042	
	Positive	,042	
	Negative	-,038	
Test Statistic		,042	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

### B. Uji Linearitas

#### Impulsive Buying Dengan Fanatism

ANOVA Table

			Sum of	df	Mean Square	F	Sig.
			Squares				
Y <sup>a</sup> X1	Between Groups	(Combined)	12588,064	35	359,659	4,483	,000
		Linearity	9882,953	1	9882,953	123,186	,000
		Deviation from Linearity	2705,111	34	79,562	,992	,488
	Within Groups		14521,273	181	80,228		
	Total		27109,336	216			

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### **Impulsive Buying Dengan Kontrol Diri**

**ANOVA Table**

	X2		Sum of	df	Mean Square	F	Sig.
			Squares				
Y		Between Groups	(Combined)	29	171,604	1,450	,075
			Linearity	1	542,825	4,586	,034
			Deviation from	28	158,346	1,338	,131
			Linearity				
		Within Groups		187	118,357		
		Total		216			

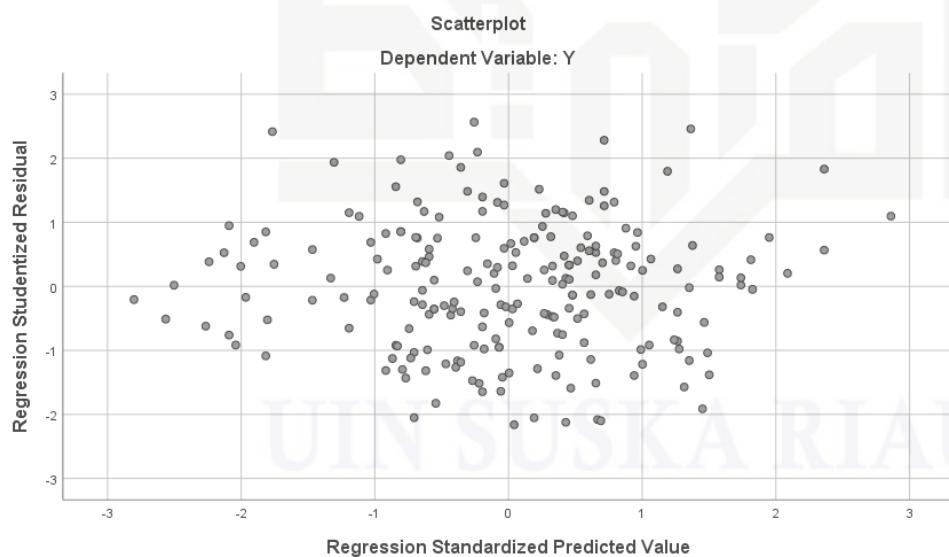
### **C. Uji Multikoloniaritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	X1	,991
	X2	,991

a. Dependent Variable: Y

### **D. Uji Heteroskedastisita**





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN I**

### **UJI HIPOTESIS**

**UIN SUSKA RIAU**

## Uji Hipotesis

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	39,94	11,203	217
X1	42,40	7,121	217
X2	42,38	6,277	217

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733 <sup>a</sup>	,537	,533	7,658

a. Predictors: (Constant), kontrol, X1

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14559,722	2	7279,861	124,138	,000 <sup>b</sup>
	Residual	12549,615	214	58,643		
	Total	27109,336	216			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), kontrol, X1

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33,518	4,926		6,804	,000
	X1	,895	,073	,569	12,190	,000
	X2	-,744	,083	-,417	-8,930	,000

a. Dependent Variable: Y

### Correlations

	Y	X1	X2
Pearson Correlation	1,000	,604	-,464
	,604	1,000	-,084
	-,464	-,084	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	,000	,000
	X1	,000	,110
	X2	,000	217
Z	Y	217	217
	X1	217	217
	X2	217	217

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN J**

### **DESKRIPSI KATEGORI DATA PENELITIAN**

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
**Fanatisme**

		fanatisme			Cumulative Percent
	Frequency	Percent	Valid Percent		
Valid	rendah	17	7,8	7,8	7,8
	sedang	149	68,7	68,7	76,5
	tinggi	51	23,5	23,5	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

**Kontrol Diri**

		kontrol diri			Cumulative Percent
	Frequency	Percent	Valid Percent		
Valid	rendah	2	,9	,9	,9
	sedang	143	65,9	65,9	66,8
	tinggi	72	33,2	33,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

**Impulsive Buying**

		Impulsive buying			Cumulative Percent
	Frequency	Percent	Valid Percent		
Valid	rendah	106	48,8	48,8	48,8
	sedang	106	48,8	48,8	97,7
	tinggi	5	2,3	2,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## **LAMPIRAN K**

### **ANALISIS TAMBAHAN**

**UIN SUSKA RIAU**

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## g. Sumbangan Relatif Aspek Fanatisme

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	39,94	11,203	217
a1	11,53	2,425	217
a2	11,29	2,695	217
a3	12,16	2,533	217
a4	7,42	1,847	217

Correlations

	Y	a1	a2	a3	a4	
Pearson Correlation	Y	1,000	,389	,400	,622	,380
	a1	,389	1,000	,514	,358	,614
	a2	,400	,514	1,000	,247	,412
	a3	,622	,358	,247	1,000	,389
	a4	,380	,614	,412	,389	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000	,000	,000	,000
	a1	,000	.	,000	,000	,000
	a2	,000	,000	.	,000	,000
	a3	,000	,000	,000	.	,000
	a4	,000	,000	,000	,000	.
	Y	217	217	217	217	217
	a1	217	217	217	217	217
	a2	217	217	217	217	217
	a3	217	217	217	217	217
	a4	217	217	217	217	217

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	a4, a3, a2, a1 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
			Square	
1	,676 <sup>a</sup>	,457	,447	8,330

a. Predictors: (Constant), a4, a3, a2, a1

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12397,564	4	3099,391	44,663	,000 <sup>b</sup>
	Residual	14711,773	212	69,395		
	Total	27109,336	216			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), a4, a3, a2, a1

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Correlations		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.			
	B	Std. Error	Beta	Zero-order		Partial	Part		
1	(Constant)	-4,033	3,492		-1,155	,249			
	a1	,266	,321	,057	,828	,408	,389	,057	,042
	a2	,914	,248	,220	3,685	,000	,400	,245	,186
	a3	2,336	,247	,528	9,476	,000	,622	,545	,479
	a4	,294	,403	,048	,730	,466	,380	,050	,037

a. Dependent Variable: Y

### h. Uji Perbedaan Impulsive Buying Berdasarkan Jenis Kelamin

#### Group Statistics

jk	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
laki-laki	4	37,00	9,487	4,743
perempuan	213	40,00	11,244	,770

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig.	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
					(2-tailed)					
Equal variances assumed	,703	,403	-	215	,597	-3,000	5,663	-14,163	8,163	
Equal variances not assumed							4,806	-17,864	11,864	

 i. Uji Perbedaan *Impulsive Buying* Berdasarkan Usia

## Descriptives

State Islam	Y	N	Std. Deviation			95% Confidence Interval for Mean			Minimum	Maximum
			Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound			
remaja awal	23	43,74	10,082	2,102	39,38	48,10	25	61		
remaja pertengahan	37	40,38	9,951	1,636	37,06	43,70	23	58		
remaja akhir	47	37,96	10,386	1,515	34,91	41,01	18	57		
dewasa awal	107	40,34	11,853	1,146	38,06	42,61	17	72		
dewasa madya	3	22,67	3,055	1,764	15,08	30,26	20	26		
Total	217	39,94	11,203	,761	38,45	41,44	17	72		

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Based on Mean	,928	4	212	,449
Based on Median	,954	4	212	,434
Based on Median and with adjusted df	,954	4	194,307	,434
Based on trimmed mean	,936	4	212	,444

**ANOVA**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1435,730	4	358,932	2,964	,021
Within Groups	25673,607	212	121,102		
Total	27109,336	216			

**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: Y

Tukey HSD

(I) umur	(J) umur	Mean Difference (I-J)	95% Confidence Interval			
			Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
remaja awal	remaja pertengahan	3,361	2,922	,780	-4,68	11,40
	remaja akhir	5,782	2,800	,239	-1,92	13,49
	dewasa awal	3,403	2,529	,663	-3,56	10,36
	dewasa madya	21,072*	6,755	,017	2,49	39,66
	remaja awal	-3,361	2,922	,780	-11,40	4,68
remaja pertengahan	remaja akhir	2,421	2,419	,855	-4,23	9,08
	dewasa awal	,042	2,099	1,000	-5,73	5,82
	dewasa madya	17,712	6,606	,060	-,46	35,89
	remaja awal	-5,782	2,800	,239	-13,49	1,92
remaja akhir	remaja pertengahan	-2,421	2,419	,855	-9,08	4,23
	dewasa awal	-2,379	1,926	,731	-7,68	2,92
	dewasa madya	15,291	6,553	,138	-2,74	33,32
	remaja awal	-3,403	2,529	,663	-10,36	3,56
dewasa awal	remaja pertengahan	-,042	2,099	1,000	-5,82	5,73

	remaja akhir	2,379	1,926	,731	-2,92	7,68
	dewasa madya	17,670	6,442	,051	-,05	35,39
dewasa madya	remaja awal	-21,072*	6,755	,017	-39,66	-2,49
	remaja pertengahan	-17,712	6,606	,060	-35,89	,46
	remaja akhir	-15,291	6,553	,138	-33,32	2,74
	dewasa awal	-17,670	6,442	,051	-35,39	,05

\*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

### j. Uji Perbedaan *Impulsive Buying* Berdasarkan Pekerjaan

**Group Statistics**

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Y	bekerja	94	39,18	12,988	1,340
	tidak bekerja	123	40,53	9,635	,869

**Independent Samples Test**

	Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig.	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper	
					(2-tailed)					
Y Equal Variances assumed	8,590	,004	- ,878	215	,381	-1,348	1,536	-4,374	1,679	
Y Equal variances not assumed			- ,844	165,373	,400	-1,348	1,597	-4,500	1,805	

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**k. Uji Perbedaan *Impulsive Buying* Berdasarkan Status Keanggotaan Fandom**

**Group Statistics**

	anggota	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Y	tergabung	213	39,99	11,234	,770
Y	tidak tergabung	4	37,50	10,472	5,236

**Independent Samples Test**

	Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper		
									Equal variances assumed	Equal variances not assumed	
Y	,359	,550	,440	215	,661	2,491	5,664	-8,674	13,656		
Y					,471	3,131	,669				18,941
											13,960

**l. Uji Perbedaan *Impulsive Buying* Berdasarkan Durasi Menjadi Penggemar K-Pop**

**Descriptives**

		95% Confidence Interval for Mean					Minimum		Maximum	
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound				
1-2 tahun	16	41,88	8,172	2,043		37,52	46,23	22	51	
2-3 tahun	29	41,72	9,960	1,850		37,94	45,51	23	58	

3-4 tahun	37	38,62	10,256	1,686	35,20	42,04	22	56
4-5 tahun	29	40,62	10,220	1,898	36,73	44,51	20	55
>5 tahun	106	39,44	12,483	1,212	37,04	41,85	17	72
Total	217	39,94	11,203	,761	38,45	41,44	17	72

### ANOVA

Y	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	256,103	4	64,026	,505	,732
Within Groups	26853,234	212	126,666		
Total	27109,336	216			

### Multiple Comparisons

Dependent Variable: *Impulsive Buying*

Tukey HSD

(I) durasi	(J) durasi	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1-2 tahun	2-3 tahun	,151	3,505	1,000	-9,49	9,79
	3-4 tahun	3,253	3,367	,870	-6,01	12,52
	4-5 tahun	1,254	3,505	,996	-8,39	10,90
	>5 tahun	2,432	3,019	,929	-5,87	10,74
2-3 tahun	1-2 tahun	-,151	3,505	1,000	-9,79	9,49
	3-4 tahun	3,103	2,791	,800	-4,58	10,78
	4-5 tahun	1,103	2,956	,996	-7,03	9,24
	>5 tahun	2,281	2,359	,870	-4,21	8,77
3-4 tahun	1-2 tahun	-3,253	3,367	,870	-12,52	6,01
	2-3 tahun	-3,103	2,791	,800	-10,78	4,58
	4-5 tahun	-1,999	2,791	,953	-9,68	5,68
	>5 tahun	-,822	2,149	,995	-6,73	5,09
4-5 tahun	1-2 tahun	-1,254	3,505	,996	-10,90	8,39
	2-3 tahun	-1,103	2,956	,996	-9,24	7,03
	3-4 tahun	1,999	2,791	,953	-5,68	9,68
	>5 tahun	1,177	2,359	,987	-5,31	7,67
>5 tahun	1-2 tahun	-2,432	3,019	,929	-10,74	5,87
	2-3 tahun	-2,281	2,359	,870	-8,77	4,21
	3-4 tahun	-,822	2,149	,995	-5,09	6,73
	4-5 tahun	-1,177	2,359	,987	-7,67	5,31

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## **LAMPIRAN L**

### **VERBATIM WAWANCARA AWAL (PRARISET)**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**VERBATIM WAWANCARA**

Nama	: AS
Tgl. Interview	: 18 Januari 2025
Tempat interview	: Rumah Peneliti
Waktu	: 14.00 WIB-14.30 WIB
	(I): Siang ra
	(P): Siang ka
	(I): Aku mo nanya tentang kao sebagai penggemar kpop. Selama kao jadi kpoper, Udah berapa banyak uang yang kao habiskan ra?
5	(P): Ga ngitung aku lep, tapi nyaris sejuta, ini ga sekaligus ya, beda waktu.
	(I): Aaa blm sampe 5jt ra?
	(P): Belom, masih sekitar sejuta
	(I): Apa aja tu ra yg kao beli?
	(P): Album semuaa
10	(I): Ooo....Pc gk berarti ra?
	(P): Nggaa, dwi itu yg koleksi pc
	(I): Aaa gitu....Kalau gitu, apa aja yang udah kao lakuin selama jadi kpopers ra?? Misal nonton konser, apa lagi ya.. Itu la pokoknya ra... Hehehe
	(P): Streaming, kadang vote, nonton konser, nonton kontennya di youtube, beli album, dengerin lagunya...Itu aja sih
16	(I): Nonton konser? Brp bayar ra?
	(P): Illegal WKWKWKW....Eh pernah legal sih tapi sharing gitu karna lewat beyond live di vlive
	(I): Bisa lak ilegal?
20	(P): Kan konser onlinee
	(I): Aaa jd gk ngikutin biaya ra?
	(P): Haah....Bayar, ini tuh sistemnya kayak beli akun netflix yg sharing, ngerti ga? Kalo beli yg sharing kan kita cuma bayar 30k tuh, tapi kalo beli



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yg private ntar bisa 100an lebih. Nah kayak gitu, aku cuma bayar 40 ribu kalo ga salah waktu itu

(I): Aaa gitu.. Paham2.... Kao ngestan apa ra?

(P): Sekarang sih nct aja yg bener bener niat, sisanya paling dengerin lagunya doang

(I): Aaa sama kek dwik, ngestan nct

(P): Iyaaa sama

(I): Oiya raa,, apa yg kao dapat dari beli ini itu?

(P): Seneng aja sih

(I): Itu aja nyo ra?

(P): Iya seneng aja tiap abis beli

(I): Kao beli itu sejak kapan ra?

35 (P): Agustus tahun lalu

(I): Oiya ra, ini brp buah album?

(P): 4 album totalnya sekitar 1.064.000

(I): Apa yang alasan kao beli itu semua ra?

(P): Gak ada alasan, kepengen aja sih

(I): Aaa okla ra,, tengkyu yaa

(P): Hooh sama-sama

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**VERBATIM WAWANCARA**

Nama	: RD
Tgl. Interview	: 18 Januari 2025
Tempat interview	: Aplikasi Whatsapp
Waktu	: 14.30 WIB-15.00 WIB
	(I): Siang...Aku mau wawancara boleh?
	(P): Boleh leep
	(I): Hehehe....Wik, selama jd penggemar kpop brp yg udh kao habiskan?
	(P): banyak lep, album NCT aku ada 15, kali 300ribu, belum got7
5	(I): Lebih 5 juta?
	(P): lebiih
	(I): Wih lebih la ya tu berarti....Sampe 10jt wik?
	(P): Tunggu kuhitung wkwkwkw....Belum lagi aku jajan pc
	(I): Kkkk...Ok ok
10	(P): album lengkap selain NCT 3, 900 ribu album only ada 4, 400 ribu, merch 2 biji 300 ribu, PC yang aku beli 13 biji 120 ribu satu...Berapa tu ya
	(I): Hah??? Banyak laagiii
	(P): Bentar2 biar aku jumlahin
	(I): Album got7 ada brp wik?
15	(P): itu yang selain NCT ada 3, udah aku total jadi 900 ribu...Ni dengar ya hahahah Pc 13 kali 120 ribu jadinya 1.560.000, trs album nct totalnyaaaa hmm 4500000, Album lain totalnya 900 ribu, teruuuuus album only jadi 400 ribu, Merch jadiii 300 ribu... Total semuanyaaaaa 7.660.000
	(I): Waw.... Wik aku mo nanya, yang album only tu beda dengan album yang 300 ribu?
21	(P): Bedaaa.... Dia ngga dapat pc
	(I): Hm? Tp bukannya setiap album ada pcnya?

30

(P): ada yang jual cuma albumnya ajaa, jadi kayak second gitu... Yang aku punya tu kek album lama... Udah ngga ada yang sealed juga... Kek album growl, overdose

(I): Aaa paham2... Yang merch tu apa yang kao beli?

(P): photopack sama pc holo

(I): Aaa, ini official berarti?

(P): iyapp

(I): Yg pc tu official apa egk wik?

(P): official lepp

(I): Waw... Terus wik, selain beli pernak pernik... Pernah lakuin apa lagi kao wik? Misal ikut nonton konser, ah krn skrg pandemi kn ada online gituu

(P): aaa, ada kemarin beyond live... 210 ribu

35

(I): Oo bayar yaa.. Ini yang untuk artis mana wik?

(P): NCT2020 wkwkwk

(I): Ooo... Abis beli album tu kao apakan lagi tu album?

(P): aku plastikin.. Wkwkw... Biar ga debuan,, ngga kuning juga

(I): Aaa.... Oiya apa yg kao dapat dari beli ini itu wik?

40

(P): hiburan? aku seneng pas ngeliat nya wkwkwwk

Hehehe

(I): Aaa okla wik.. Mksi yaaa.. Ntr kalo ada apa2 lg... Aku tanya yaaa...

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## VERBATIM WAWANCARA

Nama : VI  
 Tgl. Interview : 18 Januari 2025  
 Tempat interview : Aplikasi Whatsapp  
 Waktu : 15.00 WIB-15.30 WIB

- (I): Siang chid... Aku mau wawancara tentang apa aja yang udah kao lakuin selama jadi penggemar... Hehehe.. Bisa?
- (P): Siang lep... Bisa lep.. Mau nanya apa kao?
- (I): Chid, selama jadi penggemar kpop berapa uang yang udah kao habiskan? Maksud aku,,,, hm... Selama jadi kpopers, apa aja yang udah pernah kao lakuin chid?
- 7 (P): Ini mksdnya nominal uang nya lep?
- (I): Hoooh.... Sekalian sebutan itemnya apa aja
- (P): Beli album 2 kali, beli pc 1 kali
- (I): Berapa total tu chid?
- (P): Kurang lebih udah sejutaanlaa
- (I): Waw....Udah banyak juga ternyata chid
- (I): Udh brp lama kak jd kpoper chid?
- (P): 2 tahun
- 15 (I) Marlef: Masi baru ternyata chid.. Dah sejuta yang kao habiskan
- (P): Khilaf aku..... abis belanja nyesal, tapi abis tu pengen beli lagi wkwk.. pas dah unboxing album kayak mikir, apalah gunanya aku beli ini..
- (I): Kkkk...ternyata sadar mah.. Terus gimana? Apa gunanya??? Jadi apa yang kao dapatkan dari beli ini itu chid?
- (P): Kesenangan sesaat aja sih. Abis unboxing juga disimpan lagi merch nya. Tpi kdg klo lagi gabut aku buka lagi tu album
- 22 (I): Kkkk...Yadeh chid... Makasi yaaa.. Ntr kalo ada apa2 lagi aku tanya a yaaa
- (P): Oke lep sama-sama... semoga cepat kelar skripsinya..

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(I): Aamiin doain aja chid.. Kao juga, semoga juga cepat kelar, makasi chid

(P): iya lep, sama-sama



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **LAMPIRAN M**

### **SURAT-SURAT PENELITIAN**

**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI**  
**كلية علم النفس**  
**FACULTY OF PSYCHOLOGY**

Jl. H.R. Soebrantas Km. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tampan Pekanbaru-Riau 28293 Po. Box. 1004  
 Telp. (0761) 588994 Fax. (0761) 588994 Website : <http://fpsi.uin-suska.ac.id> E-mail:fpsi@uin-suska.ac.id



2. Dilarang menyebutkan nama pengarang  
 3. Dilarang menyalin  
 4. Pengutipan hanya boleh dilakukan untuk keperluan akademik  
 5. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 6. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**Nomor** : B-1088E/Un.04/F.VI/PP.00.9/07/2025  
**Sifat** : Biasa  
**Lampiran** : -  
**Hal** : Mohon Izin Try Out Penelitian

Pekanbaru, 07 Juli 2025

Kepada Yth.  
 Komunitas Penggemar Kpop  
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.  
 Dengan hormat,

Dekan Fakultas Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa:

<b>Nama</b>	: Atika Marlef
<b>NIM</b>	: 22360223186
<b>Jurusan</b>	: Psikologi S2
<b>Semester</b>	: IV (Empat)

akan melakukan *try out* penelitian di tempat Bapak/Ibu guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul penelitian/ skripsi / tesis, yaitu:

*"Hubungan Fanatisme Dan Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Penggemar Kpop".*

Untuk itu kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberi izin *try out* kepada yang bersangkutan dalam rangka penyelesaian penyusunan laporan penelitian / skripsi / tesisnya.

Atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr wb,  
 Dekan,

Dr. Kusnadi, M.Pd  
 NIP. 19671212 199503 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
**جامعة سلطان سعفان**  
**FACULTY OF PSYCHOLOGY**

Jl. H.R. Soebrantas Km. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tampan Pekanbaru-Riau 28293 Po. Box. 1004  
Telp. (0761) 588994 Fax. (0761) 588994 Website : <http://fpsi.uin-suska.ac.id> E-mail:fpsi@uin-suska.ac.id



2. Dilarang menyalin  
3. Pengutipan hanya  
4. Pengutipan tidak merugikan  
5. Pengutipan tidak merugikan  
6. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : B-1060E/Un.04/F.VI/PP.00.9/07/2025  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Mohon Izin Pra Riset

Pekanbaru, 01 Juli 2025

Kepada Yth.  
Komunitas Penggemar K-pop  
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.  
Dengan hormat,

Dekan Fakultas Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyampaikan kepada bapak/ibu bahwa:

Nama	:	Atika Marlef
NIM	:	22360223186
Jurusan	:	Psikologi S2
Semester	:	IV (Empat)

akan melakukan pra riset di tempat Bapak/Ibu guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul penelitian / skripsi / tesis yaitu:

*"Hubungan Fanatisme Dan Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Penggemar K-pop".*

untuk itu kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberi izin riset yang bersangkutan dalam rangka penyelesaian penyusunan penelitian / skripsi / tesisnya.

Atas perkenan dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.  
Dekan,  
\*

Dr. Kusnadi, M.Pd  
NIP. 19671212 199503 1 001



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : OS9DpJgr

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
**كلية علم النفس**  
FACULTY OF PSYCHOLOGY  
Jl. H.R. Soebrantas Km. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tampan Pekanbaru-Riau 28293 Po. Box. 1004  
Telp. (0761) 588994 Fax. (0761) 588994 Website : <http://fpsi.uin-suska.ac.id> E-mail: [fpsi@uin-suska.ac.id](mailto:fpsi@uin-suska.ac.id)

Nomor  
Sifat  
Lampiran  
Hal

: B-1200E/Un.04/F.VI/PP.00.9/07/2025  
: Biasa  
: -  
: Mohon Izin Riset

Pekanbaru, 28 Juli 2025

Kepada Yth.  
Komunitas Penggemar K-pop Di Pekanbaru  
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.  
Dengan hormat,

Dekan Fakultas Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyampaikan kepada bapak/ibu bahwa:

Nama : Atika Marlef  
NIM : 22360223186  
Jurusan : Psikologi S2  
Semester : IV (Empat)

akan melakukan riset penelitian di tempat Bapak/Ibu guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul penelitian / skripsi / tesis yaitu:

*"Hubungan Fanatisme Dan Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Penggemar K-pop".*

untuk itu kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberi izin riset yang bersangkutan dalam rangka penyelesaian penyusunan laporan penelitian / skripsi / tesisnya.

Atas perkenan dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.



Dr. Lisya Chairani, S. Psi., M.A., Psikolog  
NIP. 19791207 200604 2 001