







## ABSTRAK

AZAHRA DWIYANTI PARABAWA. Pengaruh Penggunaan Media Sosial X, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar *K-pop*. Dibimbing oleh IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Media sosial dapat memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan literasi keuangan membantu individu mengelola keuangan dengan baik. Kontrol diri penting untuk mengatur impuls belanja di tengah banyaknya promosi online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel serta bagaimana masing-masing faktor mempengaruhi perilaku konsumtif penggemar *K-pop*. Dengan pendekatan kuantitatif, pengambilan data dilakukan secara online mulai November 2024 hingga Januari 2025. Populasinya merupakan generasi Z berusia 18-28 tahun. Responden yang terkumpul sebanyak 212 responden. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden memiliki literasi keuangan yang rendah dan perilaku konsumtif yang cukup tinggi, meskipun mereka menunjukkan gaya hidup hemat dengan memilih untuk tidak selalu membeli *merchandise* terbaru dan lebih banyak menghabiskan waktu menonton video musik atau mencari informasi tentang idola mereka melalui media sosial. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kontrol diri.

Kata Kunci: Kontrol diri, literasi keuangan, media sosial X, perilaku konsumtif

## ABSTRACT

AZAHRA DWIYANTI PARABAWA. The Influence of Social Media X Use, Financial Literacy, and Self-Control on Consumptive Behavior among K-pop Fans. Supervised by. IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Social media can influence purchasing decisions, while financial literacy helps individuals manage their finances well. Self-control is important for regulating shopping impulses amid numerous online promotions. This study aims to analyze the relationship between variables and how each factor influences the consumptive behavior of K-pop fans. Using a quantitative approach, data collection was conducted online from November 2024 to January 2025. The population consists of Generation Z individuals aged 18–28 years. A total of 212 respondents were collected. The research results indicate that most respondents have low financial literacy and relatively high consumer behavior, despite adopting a frugal lifestyle by choosing not to always purchase the latest merchandise and spending more time watching music videos or seeking information about their idols through social media. The research also shows that financial literacy has a significant negative influence on self-control.

Keywords: Consumptive behavior, financial literacy, self-control, social media X



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

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*





## @Hak cipta milik IPB University

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

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.FSA
2. Dr. Susri Adeni S.Sos., M.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi

: Pengaruh Penggunaan Media Sosial X,  
Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri  
terhadap Perilaku Konsumtif pada  
Penggemar *K-pop*  
: Azahra Dwiyantri Prabawa  
: I2401211056

Nama  
NIM

Disetujui Oleh

Pembimbing:

Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M.  
NIP 197802282006042002

*[Signature]*

Diketahui Oleh

Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen:

Dr. Tin Herawati, S.P., M.Si.  
NIP 19720428200604207



*[Signature]*

Tanggal Ujian:  
24 Juni 2025

Tanggal Lulus: 10 JUL 2025

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



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial X, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar *K-pop*”. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan kontribusi dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam skripsi ini yaitu; Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, arahan, masukan, dan kritik dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai. Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Ir. Melly Latifah, M.Si. sebagai dosen pembimbing akademik. kepada seluruh dosen Ilmu Keluarga dan Konsumen Fakultas Ekologi Manusia yang telah berbagi ilmu dan pengalaman berharga selama perkuliahan. Serta kepada seluruh Komdik Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen Fakultas Ekologi Manusia yang telah memfasilitasi dan memandu jalannya penulisan ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati M.Si. selaku dosen moderator kolokium. Terima kasih penulis ucapkan kepada Prof. Dr. Ir. Dwi Hastuti, M.Sc. selaku dosen moderator seminar hasil. Terima kasih penulis ucapkan kepada Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.FSA selaku dosen penguji 1 sidang skripsi dan terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Susri Adeni S.Sos., M.A. yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.

Kemudian terima kasih penulis ucapkan kepada kedua orang tua penulis, Panca Prabawa dan Endah wismayanti, serta kakak kandung Fara Ristanty Prabawa yang senantiasa memberikan dukungan doa, memberikan kasih sayang kepada penulis selama proses skripsi. Terima kasih penulis ucapkan kepada pakde, bude, tante, om. mbak, dan mas yang turut memberikan dukungan doa dan membantu untuk menyusun skripsi. Terima kasih penulis ucapkan kepada teman satu bimbingan yaitu Alvina, Nadira, Vale, Cut Syifa, Aca yang senantiasa memberikan dukungan doa dan semangat satu sama lain, memberikan masukan, perbaikan dalam penulisan skripsi. Terima kasih penulis ucapkan kepada Agak-agak selaku sahabat penulis yaitu Elvira, Karin, Jasmine, Rindi, Anjalica, Amera yang turut membantu penulis dalam menyusun skripsi serta selalu memberikan dukungan doa kepada penulis. Terima kasih penulis ucapkan kepada Suku Tapir selaku sahabat penulis yaitu Tiara, Elvira, Hani, Naifah yang memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis. Terima kasih penulis ucapkan kepada Wilywonka selaku teman satu *fandom k-pop* yaitu Syifa, Kak Kika, Mba Ocha, dan Kak Geby yang turut mendukung, mendoakan, dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Azka, Nurul, dan Fairuza selaku teman dekat penulis dari awal perkuliahan hingga selesai. Senantiasa saling memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain. Terima kasih penulis ucapkan kepada Alvina, Naya, Amanda, Fatma, Dafina, Frishe, dan Cut Syifa selaku teman dekat penulis selama masa perkuliahan ini yang selalu mendoakan dan memberikan semangat satu sama lain selama penyusunan skripsi. Terima kasih penulis ucapkan kepada Munaya selaku teman dekat penulis selama KKN berlangsung. Senantiasa membantu, memberikan saran, dan memberikan dukungan doa. Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh teman-teman Departemen Ilmu Keluarga dan





Konsumen Angkatan 58 yang telah kebersamai masa perkuliahan di IPB University.

Terima kasih penulis ucapkan kepada TREASURE atas bantuan dan dukungan secara emosional. Penulis sangat berterima kasih kepada Yoon Jaehyuk yang telah memberikan kalimat motivasi kepada penulis, sehingga penulis menjadi lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada teman – teman dari media sosial X yang turut memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Bogor, Juni 2025

Azahra DwiYanti Prabawa

NIM. I2401211056

|                                                                                 |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>IPB University</b><br/>Bogor Indonesia</p> <p><i>@Hak cipta milik IPB University</i></p> <p><b>IPB University</b></p> | <div> <div> <h1>DAFTAR ISI</h1> </div> <div> <p>PRAKATA..... vi</p> <p>DAFTAR ISI ..... viii</p> <p>I PENDAHULUAN ..... 1</p> <p>1.1 Latar Belakang ..... 1</p> <p>1.2 Rumusan Masalah ..... 4</p> <p>1.3 Tujuan..... 5</p> <p>1.3.1 Tujuan Umum..... 5</p> <p>1.3.2 Tujuan Khusus..... 5</p> <p>1.4 Manfaat ..... 5</p> <p>II TINJAUAN PUSTAKA ..... 7</p> <p>2.1 Kajian Teoritis ..... 7</p> <p>2.2 Penggunaan Media Sosial ..... 7</p> <p>2.3 Media Sosial X..... 8</p> <p>2.4 Literasi Keuangan ..... 9</p> <p>2.5 Kontrol Diri..... 10</p> <p>2.6 Perilaku Konsumtif ..... 11</p> <p>2.7 Generasi Z ..... 11</p> <p>2.8 Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Kontrol Diri ..... 12</p> <p>2.9 Kontrol Diri Berpengaruh Terhadap Penggunaan Media Sosial X ..... 13</p> <p>2.10 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif ..... 13</p> <p>2.11 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif..... 13</p> <p>2.12 Pengaruh Penggunaan Media Sosial X Terhadap Perilaku Konsumtif ..... 14</p> <p>2.13 Kerangka Pemikiran..... 15</p> <p>III METODE ..... 17</p> <p>3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian..... 17</p> <p>3.2 Populasi, Contoh dan Teknik Penarikan Contoh..... 17</p> <p>3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data ..... 17</p> <p>3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel ..... 19</p> <p>3.5 Pengolahan dan Analisis Data ..... 21</p> <p>IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 25</p> <p>4.1 Hasil ..... 25</p> </div> </div> |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



|                                                                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.1 Karakteristik Responden .....                                                                                                                                  | 25 |
| 4.1.2 Literasi Keuangan .....                                                                                                                                        | 26 |
| 4.1.2.1 Pengetahuan Keuangan .....                                                                                                                                   | 26 |
| 4.1.2.2 Sikap Keuangan .....                                                                                                                                         | 27 |
| 4.1.2.3 Perilaku keuangan .....                                                                                                                                      | 28 |
| 4.1.3 Penggunaan Media sosial X.....                                                                                                                                 | 29 |
| 4.1.4 Kontrol Diri .....                                                                                                                                             | 31 |
| 4.1.5 Perilaku Konsumtif .....                                                                                                                                       | 33 |
| 4.1.6 Hubungan karakteristik responden, penggunaan media sosial X, literasi keuangan, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar <i>K-pop</i> ..... | 35 |
| 4.1.7 Evaluasi tingkat kecocokan model .....                                                                                                                         | 38 |
| 4.1.8 Uji Pengaruh.....                                                                                                                                              | 40 |
| 4.2 Pembahasan.....                                                                                                                                                  | 43 |
| 4.3 Limitasi .....                                                                                                                                                   | 45 |
| V SIMPULAN DAN SARAN .....                                                                                                                                           | 46 |
| 5.1 Simpulan .....                                                                                                                                                   | 46 |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                                                       | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                                                 | 48 |
| RIWAYAT HIDUP .....                                                                                                                                                  | 54 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 Definisi Operasional.....                                                                                                        | 18 |
| 2 Variabel dan Pengukuran.....                                                                                                     | 20 |
| 3 Tujuan dan Analisis Data.....                                                                                                    | 24 |
| 4 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan domisili responden...                                                     | 25 |
| 5 Sebaran responden berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan responden .....                                          | 26 |
| 6 Sebaran responden berdasarkan dimensi pengetahuan keuangan.....                                                                  | 27 |
| 7 Sebaran responden berdasarkan dimensi pengetahuan keuangan serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks .....             | 27 |
| 8 Sebaran responden berdasarkan sikap keuangan .....                                                                               | 28 |
| 9 Sebaran responden berdasarkan dimensi sikap keuangan serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks .....                   | 28 |
| 10 Sebaran responden berdasarkan perilaku keuangan.....                                                                            | 29 |
| 11 Sebaran responden berdasarkan dimensi perilaku keuangan serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks .....               | 29 |
| 12 Sebaran responden berdasarkan dimensi frekuensi dan durasi .....                                                                | 30 |
| 13 Sebaran responden berdasarkan dimensi frekuensi dan durasi serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks .....            | 31 |
| 14 Sebaran responden berdasarkan dimensi doing wrong dan not doing right.....                                                      | 32 |
| 15 Sebaran responden berdasarkan dimensi doing wrong dan not doing right serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks ..... | 33 |
| 16 Sebaran responden berdasarkan dimensi impulsifitas dan tidak rasional, dan pemborosan .....                                     | 34 |
| 17 Sebaran responden berdasarkan dimensi impulsifitas serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks .....                    | 35 |
| 18 Koefisien uji korelasi karakteristik responden .....                                                                            | 37 |
| 19 Nilai composite reliability (CR) dan average variance extracted (AVE) .....                                                     | 38 |
| 20 Hasil analisis model struktural R-Square.....                                                                                   | 39 |
| 21 Pengaruh media sosial X, literasi keuangan, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar k-pop.....              | 41 |
| 22 Pengaruh langsung dan tidak langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri .....                   | 42 |

## DAFTAR GAMBAR

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 1 Kerangka pemikiran ..... | 16 |
| 2 Model hybrid SEM.....    | 23 |
| 3 Model akhir SEM PLS..... | 40 |



*@Hak cipta milik IPB University*

**IPB University**

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