



UNIVERSITAS NASIONAL

**Pengaruh Tingkat Fanatisme, Kontrol Diri, dan *Parasocial Relationship*
Penggemar Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar dalam Pembelian
Merchandise Seventeen (Studi Pada Akun @Svnteen.Id Di Instagram)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

NAWAL SYALSABILA 223516526294

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NASIONAL**

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**The Influence of Fanaticism Level, Self-Control, and Parasocial Relationship
on Fans' Consumptive Behavior in Purchasing Seventeen Merchandise (A
Study on the @svnteen.id Instagram Account)**

THESIS

**This Thesis is written to fulfill the requirements for obtaining Bachelor
Degree in Communication Science (S.Ikom)**

NAWAL SYALSABILA 223516526294

**STUDY PROGRAM OF COMMUNICATION SCIENCES FACULTY OF
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

UNIVERSITAS NASIONAL

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama: Nawal Syalsabila

NPM: 223516516294



13 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nawal Syalsabila
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516294
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Fanatisme, Kontrol Diri, Parasosial Relationship Penggemar Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar Dalam Pembelian Merchandise Seventeen (Studi Pada Akun @Svnteen.id Di Instagram)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 13 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Nawal Syalsabila
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516294
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relation
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Fanatisme, Kontrol Diri, Parasosial Relationship Penggemar Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar Dalam Pembelian Merchandise Seventeen (Studi Pada Akun @Svnteen.id Di Instagram)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional


Disahkan

Jakarta, 13 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Payu Sriwartini, S.Sos., M.Si


Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

UNIVERSITAS NASIONAL

ii

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Nawal Syalsabila

NPM : 223516516194

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Fanatisme, Kontrol Diri, Parasosial Relationship Penggemar Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar Dalam Pembelian Merchandise Seventeen (Studi Pada Akun @Svnteen.id Di Instagram)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang/ : Dr. Safrizal, S.I.P., M.Si.

Penguji 2

Penguji 1 : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Pembimbing : Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

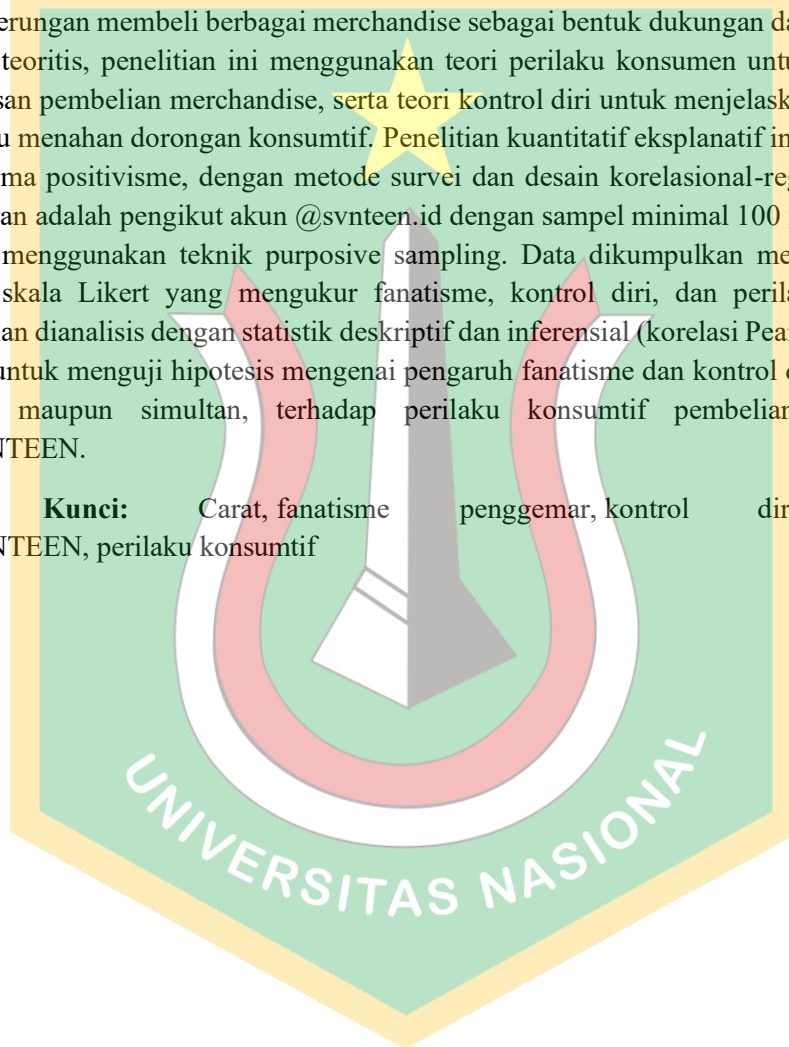
Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 25 Februari 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh fanatisme penggemar, kontrol diri, dan parasocial relationship terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian merchandise SEVENTEEN pada pengikut akun Instagram @svnteen.id. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena maraknya budaya K-Pop di Indonesia dan tingginya antusiasme penggemar SEVENTEEN (Carat) yang tercermin melalui aktivitas di media sosial dan kecenderungan membeli berbagai merchandise sebagai bentuk dukungan dan identitas diri. Secara teoritis, penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen untuk menjelaskan keputusan pembelian merchandise, serta teori kontrol diri untuk menjelaskan kemampuan individu menahan dorongan konsumtif. Penelitian kuantitatif eksplanatif ini menggunakan paradigma positivisme, dengan metode survei dan desain korelasional-regresif. Populasi penelitian adalah pengikut akun @svnteen.id dengan sampel minimal 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online skala Likert yang mengukur fanatisme, kontrol diri, dan perilaku konsumtif, kemudian dianalisis dengan statistik deskriptif dan inferensial (korelasi Pearson dan regresi linier) untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh fanatisme dan kontrol diri, baik secara parsial maupun simultan, terhadap perilaku konsumtif pembelian merchandise SEVENTEEN.

Kata Kunci: Carat, fanatisme penggemar, kontrol diri, merchandise, SEVENTEEN, perilaku konsumtif



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of fanatical fandom and self-control on consumptive behavior in purchasing SEVENTEEN merchandise among followers of the Instagram account @svnteen.id. The background of this research arises from the growing popularity of K-Pop culture in Indonesia and the strong enthusiasm of SEVENTEEN fans (Carat), which is reflected in their social media activities and their tendency to purchase various merchandise as a form of support and self-identity. Theoretically, this study employs Uses and Gratifications Theory to explain fans' use of social media, consumer behavior theory to explain merchandise purchase decisions, and self-control theory to explain individuals' ability to restrain consumptive impulses. This research adopts a quantitative explanatory approach within a positivist paradigm, using a survey method with a correlational–regression design. The population consists of followers of @svnteen.id, with a minimum sample of 100 respondents selected through purposive sampling. Data are collected via an online Likert-scale questionnaire measuring fanatical fandom, self-control, and consumptive behavior, then analyzed using descriptive statistics and inferential statistics (Pearson correlation and linear regression) to test the hypotheses regarding the partial and simultaneous effects of fanatical fandom and self-control on consumptive behavior in purchasing SEVENTEEN merchandise.

Keywords: Carat, fanatical fandom, merchandise SEVENTEEN, consumer behavior, self-control.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Tingkat Fanatisme, Kontrol Diri Penggemar, dan *Parasocial Relationship* Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar dalam Pembelian Merchandise Seventeen (Studi Pada Akun @Svnteen.Id Di Instagram)” dengan baik dan lancar. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang Public Relations, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan personal branding dan loyalitas audiens di media digital.

Dalam Proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Rektor Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

5. Dr. Mary Ismowati, M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
8. Ibu Yayu Sriwartini, S.Sos., M. Si., selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik.
9. Ibu Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas bimbingan, arahan, serta pendampingan yang diberikan kepada penulis selama menempuh masa perkuliahan.
10. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, atas ilmu, pengalaman, serta dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan.
11. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Kedua Orang tua, Mama Teti, Bapa Tatang, atas doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti untuk Penulis. Terimakasih atas doa yang di panjatkan dalam diam, setiap pengorbanan yang mungkin tidak pernah penulis lihat sepenuhnya, dan atas cinta yang selalu hadir tanpa syarat. Dalam setiap proses panjang penyusunan skripsi ini di saat, lelah, ragu, dan hampir menyerah, nama Mamah dan Bapa selalu menjadi alasan terbesar untuk tetap bertahan dan menyelesaikannya. Terima kasih atas kesabaran, nasihat, pelukan yang menenangkan, dan dukungan yang tidak pernah berkurang sedikitpun. Semoga pencapaian ini menjadi langkah kecil untuk membalas pengorbanan yang telah diberikan, walaupun penulis

sadar bahwa tidak akan pernah cukup untuk membalas cinta sebesar ini.

13. Kakak kandung Aa Iqbal Amrizal, saudara satu-satunya yang selalu menjadi pelindung, penyemangat, dan contoh dalam hidup penulis. Terima kasih karena selalu ada, baik dalam diam maupun dalam bentuk perhatian kecil yang sering kali tidak penulis sadari saat itu. Sebagai adik, penulis mungkin belum banyak membalas semua kebaikan dan perhatian yang telah diberikan. Namun melalui skripsi ini, penulis ingin menunjukkan bahwa segala doa, dukungan, dan kepercayaan kakak tidak sia-sia. Semoga pencapaian ini menjadi kebanggaan kecil yang bisa penulis persembahkan untuk Aa.
14. Keluarga Uwa Syahlah dan Wa Mimin, yang sudah menerima dan merawat penulis di perantauan, serta khususnya kaka sepupu Ce Ayu, yang telah banyak membantu penulis dari awal perkuliahan sampai akhir, terima kasih atas bantuan yang selama ini diberikan, semoga kebaikan tersebut akan kembali lagi pada Ce Ayu.
15. Sepupu , Amel, Lia, Ce ayu, Ce yati, Ce Elis, Nurul. Dan Ponakan, rakha, Wulan, Albab, Ismi. Terima kasih sudah menjadi penyemangat kecil dengan keceriaan yang selalu berhasil menghilangkan lelah.
16. Sahabat, Widya, Novi, Nita, Sassy, Almarhumah Bani, Terimakasih telah menjadi tempat bercerita, mengeluh dan tempat tertawa.
17. Teman sekaligus Sahabat, Nadya dan Natasya, Risa, Terima kasih telah menjadi tempat bercerita, tempat mengeluh tanpa merasa sendirian, dan tempat tertawa di tengah tekanan revisi dan deadline yang terasa berat. Kalian adalah penguat ketika smangat mulai redup dan pengingat bahwa perjuangan ini tidak dijalani sendirian.
18. Teman-teman Renia, Aura, Fauziah, Laura, Raesa, Rahma, Ratih, Chace, Sukma, Alifah yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
19. Seluruh responden penelian, khususnya Carat yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

20. SEVENTEEN, Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Hong jisoo, Moon Junhui, Kwon Soonyoung, Jeon Wonwoo, Lee Jihon, Xu Minghao, Kim Mingyu, Lee Seokmin, Boo Seungkwan, Chwe Hansol, Lee Chan. Yang secara tidak langsung telah menjadi bagian dari perjalanan dalam proses penyusunan karya ini. Terima kasih atas karya, musik, dan smngat yang selalu memberikan energi positif di setiap fase kehidupan, termasuk saat penulis merasa lelah dan kehilangan motivasi. Lagu kalian sering menjadi teman begadang, penguat di tengah revisi tak selesai, serta penghibur saat pikiran terasa penuh.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi penyajian maupun kedalaman analisis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan Pengembangan penelitian di masa mendatang.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi Pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian perilaku konsumtif, fandom, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya

Jakarta, 2025



Nawa Syalsabila

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN KARYA TULIS.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN YANG TELAH DI REVISI.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI	viii
ABSTRAK.....	9
ABSTRACT	10
KATA PENGANTAR	11
DAFTAR ISI.....	15
DAFTAR TABEL.....	19
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan BAB I.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	16
2.3 Hipotesis Penelitian	19
2.4 Definisi konseptual Tingkat Fanatisme (variabel X1).....	19
2.5 Definsi konseptual kontrol diri (variabel X2).....	21

2.6	Definisi Konseptual Parasocial Relationship (X3).....	22
2.7	Definisi Konseptual Perilaku Konsumtif (Variabel Y)	24
2.8	Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Paradigma Penelitian.....	29
3.2	Pendekatan Penelitian	30
3.3	Metode Penelitian.....	30
3.4	Jenis Penelitian	31
3.5	Populasi dan Sampel	32
3.5.1	Populasi Penelitian	32
3.5.2	Sampel Penelitian	33
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	35
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.8	Instrumen Penelitian.....	37
3.9	Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.10	Metode Analisis Data.....	49
3.10.1	Analisis Deskriptif	49
3.10.2	Analisis Inferensial / Parametrik.....	50
3.10.3	Uji Korelasi Pearson Product Moment	51
3.10.4	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.10.5	Uji t (Parsial).....	51
3.10.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.10.7	Uji F52	
3.11	Lokasi dan Waktu Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN		54
4.1	Gambaran Umum Penelitian	54
4.1.1	Profil tentang SEVENTEEN	55
4.2	Karakteristik Responden	55
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	57
4.3 Analisis Data Deskriptif Variabel X1	64
4.3.2 Dimensi Kognitif.....	67
4.3.3 Dimensi Motivasi	70
4.3.4 Dimensi Identitas Diri	73
4.4 Analisis Data Deskriptif Variabel X2	75
4.4.1 Dimensi Inisiasi	75
4.4.2 Dimensi Perilaku	79
4.4.3 Dimensi Keandalan	81
4.5 Analisis Data Deskriptif Variabel X3	84
4.5.1 Dimensi Kedekatan Emosional	84
4.5.3 Dimensi Identifikasi Diri	89
4.5.4 Dimensi Keterlibatan Kognitif	92
4.6 Analisis Data Deskriptif Variabel Y	94
4.6.1 Dimensi Pembelian Impulsif	94
4.6.2 Dimensi Boros / Pemborosan	97
4.6.3 Dimensi Tidak Rasional	100
4.6.4 Dimensi Berlebihan	104
4.7 Hasil Data Statistik	107
4.8 Analisis Korelasi	120
4.9 Analisis Regresi Linear Sederhana	123
4.9.1 Regresi X1 terhadap Y	123
4.9.2 Regresi X2 terhadap Y	124
4.9.3 Regresi X3 terhadap Y	124
4.10 Analisis Koefisien Determinasi	125
4.11 Analisis Hipotesis T (Uji Parsial)	128
4.12 Uji F (Uji Simultan)	131
4.13 Pembahasan	132
4.13.1 Pengaruh Fanatisme Penggemar terhadap Perilaku Konsumtif	

Penggemar SEVENTEEN.....	132
4.13.2 Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar SEVENTEEN	133
4.13.3 Pengaruh Parasocial Relationship terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar SEVENTEEN	133
4.13.4 Pengaruh Fanatisme, Kontrol Diri, dan Parasocial Relationship terhadap Perilaku Konsumtif secara Simultan	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	136
5.1 Kesimpulan.....	136
5.2 Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN	141



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ke-1.....	10
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Ke-2.....	11
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Ke-3.....	12
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Ke-4.....	12
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Ke-5.....	13
Tabel 2.6 Definisi konseptual Tingkat Fanatisme	19
Tabel 2.7 Definsi konseptual kontrol diri	21
Tabel 2.8 Definisi Konseptual Parasocial Relationship	22
Tabel 2.9 Definisi Konseptual Perilaku Konsumtif.....	24
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel.....	35
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas X1	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas X2	41
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas X3	43
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Y	44
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliability X1	47
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliability X2.....	48
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliability X3.....	48
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliability Y	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Tabel 4. 6 Perasaan yang kuat pada SEVENTEEN	64
Tabel 4. 7 Perasaan bangga sebagai penggemar SEVENTEEN	65
Tabel 4. 8 Perasaan Emosional terhadap SEVENTEEN	65
Tabel 4. 9 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Ketertarikan	67
Tabel 4. 10 Penilaian Terhadap SEVENTEEN Sebagai Grup K-pop Terbaik.....	67
Tabel 4. 11 Sikap Positif penggemar SEVENTEE Terhp Kritik	68
Tabel 4. 12 Kecenderungan Dalam Membela SEVENTEEN Terhadap Pendapat Negatif	68
Tabel 4. 13 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Keterlibatan Kognitif terhadap SEVENTEEN	69
Tabel 4. 14 Kecenderungan Mengikuti SEVENTEEN	70
Tabel 4. 15 Pengaruh Konten SEVENTEEN di Media Sosial.....	71
Tabel 4. 16 Pengaruh Dukungan Sosial Komunitas CARAT Terhadap Keaktifan Penggemar	71
Tabel 4. 17 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Motivasi dalam Mengikuti dan Mendukung SEVENTEEN	72
Tabel 4. 18 Identitas Diri Sebagai Penggemar SEVENTEEN.....	73
Tabel 4. 19 Kepercayaan Sebagai Carat	73
Tabel 4. 20 Kecenderungan Mengekspresikan Kecintaan Terhadap SEVENTEEN.....	74
Tabel 4. 21 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Identitas Diri sebagai Penggemar SEVENTEEN	75
Tabel 4. 22 Kemampuan Menahan Dorongan Membeli Merchandise SEVENTEEN	76
Tabel 4. 23 Keputusan Pembelian Merchandise SEVENTEEN	76

Tabel 4. 24 Kontrol Diri Terhadap Promosi Merchandise SEVENTEEN	77
Tabel 4. 25 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Kontrol Diri	78
Tabel 4. 26 Penetapan Batas Pengeluaran Pembelian Merchandise SEVENTEEN.....	79
Tabel 4. 27 Kepatuhan Terhadap Anggaran Pembelian Merchandise	79
Tabel 4. 28 Menghindari pembelian merchandise secara impulsif	80
Tabel 4. 29 Pendapat Responden Mengenai Perilaku.....	81
Tabel 4. 30 Konsisten Mengontrol Pengeluaran Merchandise SEVENTEEN	81
Tabel 4. 31 Konsisten Terhadap Batasan Pembelian Merchandise.....	82
Tabel 4. 32 Kemampuan Menjaga Kebiasaan Belanja Terkendali	82
Tabel 4. 33 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Keandalan dalam Mengendalikan Pembelian Merchandise SEVENTEEN.....	84
Tabel 4. 34 Kedekatan Emosional Terhadap Member SEVENTEEN	84
Tabel 4. 35 Keterhubungan Emosional Dengan SEVENTEEN.....	85
Tabel 4. 36 Perasaan Terhibur Dengan Aktivitas SEVENTEEN	85
Tabel 4. 37 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Kedekatan Emosional terhadap SEVENTEEN	86
Tabel 4. 38 Persepsi Pemahaman SEVENTEEN Terhadap Perasaan	87
Tabel 4. 39 Kedekatan Melalui Konten SEVENTEEN	87
Tabel 4. 40 Hubungan Dengan Non Penggemar	88
Tabel 4.41 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Persepsi Keintiman terhadap SEVENTEEN	89
Tabel 4. 42 Kesesuaian Nilai dan Sikap Dengan SEVENTEEN	89
Tabel 4. 43 Mengagumi Kepribadian SEVENTEEN	90
Tabel 4. 44 Pengaruh SEVENTEEN Dalam Kehidupan Pribadi.....	90
Tabel 4. 45 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Identifikasi Diri terhadap SEVENTEEN	91
Tabel 4. 46 Kecenderungan Pada Aktivitas dan Kabar SEVENTEEN	92
Tabel 4. 47 Keterlibatan Pada Konten SEVENTEEN	92
Tabel 4. 48 Tingkat Perhatian Terhadap Konten SEVENTEEN	93
Tabel 4. 49 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Keterlibatan Kognitif terhadap SEVENTEEN	94
Tabel 4. 50 Pembelian Spontan Merchandise SEVENTEEN	95
Tabel 4. 51 Kecenderungan Pembelian Merchandise SEVENTEEN	95
Tabel 4. 52 Kecenderungan Pembelian Merchandise Rilis Terbaru	96
Tabel 4. 53 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Pembelian Impulsif Merchandise SEVENTEEN	97
Tabel 4. 54 Pembelian Merchandise SEVENTEEN Secara Berulang	98
Tabel 4. 55 Pengeluaran Dana Pembelian Merchandise SEVENTEEN	98
Tabel 4. 56 Prioritas Pembelian Merchandise Dengan Kebutuhan Lain.....	99
Tabel 4. 57 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Perilaku Boros/Pemborosan dalam Pembelian Merchandise SEVENTEEN.....	100
Tabel 4. 58 Ketertarikan Pada Desai / Kemasan Merchandise SEVENTEEN.....	101
Tabel 4. 59 Kecenderungan Pembelian Merchandise Tanpa Pertimbangan Harga	101
Tabel 4. 60 Pengaruh Pembelian Merchandise Karena tren	101
Tabel 4. 61 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Perilaku Tidak Rasional dalam Pembelian Merchandise SEVENTEEN.....	103
Tabel 4. 62 Ketertarikan Memiliki Berbagai Jenis Merchandise SEVENTEEN	104
Tabel 4. 63 Pembelian Merchandise SEVENTEEN berlebihan	105

Tabel 4. 64 Ketergantungan Terhadap Kebutuhan Merchandise SEVENTEEN	105
Tabel 4. 65 Pendapat Responden Mengenai Tingkat Perilaku Berlebihan dalam Pembelian Merchandise SEVENTEEN	107
Tabel 4. 66 Hasil Analisis Data Statistik Variabel X1 (Tingkat Fanatisme) Descriptive Statistics	107
Tabel 4. 67 Perhitungan Kategori Variabel X1 (Tingkat Fanatisme)	109
Tabel 4. 68 Kategori Variabel X1 (Tingkat Fanatisme)	110
Tabel 4. 69 Perhitungan Frekuensi Variabel X1 (Tingkat Fanatisme)	110
Tabel 4. 70 Hasil Analisis Data Statistik Variabel X2 (Kontrol Diri)	111
Tabel 4. 71 Perhitungan Kategori Variabel X2 (Kontrol Diri)	112
Tabel 4. 72 Kategori Variabel X2 (Kontrol Diri)	112
Tabel 4. 73 Perhitungan Frekuensi Variabel X2 (Kontrol Diri)	113
Tabel 4. 74 Hasil Analisis Data Statistik Variabel X3 (Parasosial Relationship)	114
Tabel 4. 75 Perhitungan Kategori Variabel X2 (Parasosial Relationship)	115
Tabel 4. 76 Kategori Variabel X3 (Parasosial Relationship)	116
Tabel 4. 77 Perhitungan Frekuensi Variabel X3 (Parasosial Relationship)	116
Tabel 4. 78 Hasil Analisis Data Statistik Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	117
Tabel 4. 79 Perhitungan Kategori Variabel Y (Prilaku Konsumtif)	118
Tabel 4. 80 Kategori Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	119
Tabel 4. 81 Perhitungan Frekuensi Variabel Y -(Perilaku Konsumtif)	119
Tabel 4. 82 Hasil Uji Korelasi Variabel X1 terhadap Y	120
Tabel 4. 83 Hasil Uji Korelasi Variabel X2 terhadap Y	121
Tabel 4. 84 Hasil Uji Korelasi Variabel X3 terhadap Y	121
Tabel 4. 85 Hasil Uji Korelasi Variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y	122
Tabel 4. 86 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X1 terhadap Y	123
Tabel 4. 87 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X2 terhadap Y	124
Tabel 4. 88 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X3 terhadap Y	124
Tabel 4. 89 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X1, X2, X3 terhadap y	125
Tabel 4. 90 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X1 Ke Y	125
Tabel 4. 91 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X2 Terhadap Y	126
Tabel 4. 92 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X3 Terhadap Y	127
Tabel 4. 93 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel X1, X2, X3 Terhadap Y	127
Tabel 4. 94 Hasil Uji Hipotesis Variabel X1 Terhadap Y	128
Tabel 4. 95 Hasil Uji Hipotesis Variabel X2 Terhadap Y	129
Tabel 4. 96 Hasil Uji Hipotesis Variabel X3 Terhadap Y	129
Tabel 4. 97 Hasil Uji Hipotesis Variabel X1, X2, X3 Terhadap Y	130
Tabel 4. 98 Hasil Uji F Variabel X1, X2, X3 Terhadap Y	131