

POLA KONSUMSI MAHASISWA K-POPERS YANG BERHUBUNGAN DENGAN GAYA HIDUP K-POP MAHASISWA SURABAYA

Salsabiila Baswoko Praundrianagari¹

Program Studi Ekonomi , Jurusan Ekonomi,Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya,
Kampus Ketintang Surabaya, 60231
Email: salsabiila.17081324020@mhs.unesa.ac.id

Hendry Cahyono²

Program Studi Ekonomi , Jurusan Ekonomi,Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya,
Kampus Ketintang Surabaya, 60231
Email: hendrycahyono@unesa.ac.id

Abstrak

Beberapa tahun terakhir ini di Indonesia telah terjadi fenomena Kpop, anak muda menyukai musik dan drama dari Korea Selatan atau sering disebut dengan Kpop Wave. Konsumsi adalah suatu kegiatan yang menggunakan barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk dalam proses konsumsi karena tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Setiap orang wajib melakukan kegiatan konsumsi setiap hari, tujuannya adalah mencapai tingkat kepuasan tertinggi dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti memenuhi berbagai kebutuhan. Selera belanja manusia untuk berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidup barang yang mereka beli untuk mencerminkan gaya hidup ini. Gaya hidup adalah gaya hidup yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan pendapat. Gaya hidup pada dasarnya adalah pola seseorang dalam mengatur keuangannya.

Kata Kunci : pola konsumsi, Korea, Kpop, Gaya Hidup

Abstract

In the last few years in Indonesia there has been a Kpop phenomenon, young people like music and drama from South Korea or often called Kpop Wave. Consumption is an activity that uses goods and services used in the production process not included in the consumption process because they are not used to meet the needs of human life. Everyone is required to carry out consumption activities every day, the goal is to achieve the highest level of satisfaction and achieve a level of prosperity in the sense of fulfilling various needs. Human shopping tastes for various goods are influenced by the lifestyle of the goods they buy to reflect this lifestyle. Lifestyle is a lifestyle that is expressed in activities, interests and opinions. Lifestyle is basically a person's pattern of managing their finances.

Keywords: Consumption Behavior, Korean Wave, Kpop, Lifestyle

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir ini di Indonesia terdapat fenomena Kpop, para anak muda menyukai musik dan drama dari negara Korea Selatan atau sering disebut *Kpop Wave*. Arti K-Pop sendiri adalah *Korean Popular Music*. Musik K-Pop sangat digemari para anak muda. Kpop di Indonesia banyak digemari oleh para remaja ada beberapa faktor, yang pertama karena musiknya yang unik dan menarik dengan disertai dance yang “*eye-catching*”. Sehingga para penggemar meskipun tidak mengetahui jelas arti dari musik tersebut tetapi mereka bisa menikmati musik tersebut dengan tariannya yang kebanyakan menarik untuk diikuti. Dan para penyanyi Kpop kebanyakan memiliki penampilan yang sangat menarik sehingga banyak para remaja yang menyukainya. Yang lebih membuat menarik lagi dari K-pop adalah para idol tidak hanya bisa menari dan menyanyi saja tetapi juga bisa disemuanya salah satunya juga bisa beradu akting dengan aktris yang lainnya.

Para penggemar di luar negeri termasuk Indonesia biasanya mengikuti keseharian artis mereka melalui media sosial resmi artis mereka seperti *instagram, youtube, twitter, tiktok*. website resmi. Di Kpop biasanya aktif untuk menyapa penggemar melalui akun sosial media mereka. Penggemar Kpop sangat ingin tahu apapun yang dilakukan ataupun digunakan oleh idola mereka. Seperti makanan kesukaan, warna kesukaan, pakaian yang digunakan bahkan lagu yang sering didengarkan. Dan para penggemar sangat mendukung karya para idola mereka dengan membeli barang resmi dari idola mereka sebagai bukti dukungan mereka.

Para penggemar melihat Video Klip artis mereka di youtube dan melakukan streaming agar idola mereka berada di peringkat teratas sebagai bukti bahwa penggemar sangat mendukung dan menyukai karya artis penggemar mereka. Karena bagi sebagian orang artis Korea dipandang sebelah mata hanya karena penampilan mereka yang berbeda dengan penampilan kebanyakan masyarakat Indonesia.

Saat para idola mereka mengeluarkan album ataupun single para penggemar rela menabung untuk membeli album idola mereka yang bisa dikatakan harganya tidak terlalu murah yaitu sekitaran Rp. 300.000 sampai dengan Rp. 600.000. biasanya agensi yang menaungi idola mereka juga mengeluarkan merchandise resmi artis mereka dan para penggemar biasanya berbondong-bondong membeli sehingga tidak sampai hitungan jam barang sudah habis terjual.

Setiap penyanyi Korea mengeluarkan album, para penggemar akan membeli album sebanyak mungkin (300.000-500.000 keping album) untuk bisa bertemu dengan idola mereka di fansign. Biasanya untuk melakukan Fansign para penggemar harus melawan penggemar yang lain agar dapat memenangkan Fansign dikarenakan acara tersebut hanya dapat di hadiri oleh penggemar yang telah membeli album dan memenangkan undian untuk fansign maka dari itu banyak penggemar yang membeli ratusan ribu album hanya agar bisa bertemu dengan artis idola. Tetapi yang membeli banyak belum pasti juga memenangkan undian tersebut.

Tidak hanya itu penggemar juga rela untuk merogoh kocek yang cukup mahal untuk membeli satu tiket konser K-pop di Korea. Contohnya saat BTS menggelar konser yang bertajuk “*BTS World Tour: Love Yourself*”. harga satu tiketnya yang paling murah mencapai 440 ribu KRW (atau sekitar Rp. 5.600.000) dan yang paling mahal sekitar 3.250 Ribu KRW (atau sekitar Rp. 41.800.000)

Salah satu contoh yaitu di boygrup BTS salah satu personil yaitu Jungkook, pada saat melakukan wawancara dengan salah satu e-commerce Indonesia yakni *Tokopedia*, ia meminum susu Indomilk rasa pisang sehingga banyak penggemar yang memborong produk tersebut sehingga habis dimana-mana. Lisa yang merupakan *Rapper Blackpink* memiliki julukan *Miss Soldout* karena apapun barang yang di iklankan selalu habis dalam hitungan jam. Contohnya ketika dia terlihat menggunakan tas *bowling Balenciaga* di bandara Gimpo Korea selatan. Tas itu disebutkan telah laris dibeli oleh penggemar Lisa.

Jika di dunia Kpop seperti itu berbeda lagi untuk penggemar Drama Korea. Seperti Artis Son Ye Jin yang berperan sebagai Yoon Se-ri di drama *Crash Landing on You* yang lagi terkenal di Indonesia. Para penggemar banyak yang mengikuti barang-barang yang digunakan oleh Son Ye-Jin salah satu contohnya yaitu Kacamata Hitam Merk *Gentle Monster* seharga \$259 USD (atau sekitar 3.522.400 Rupiah) (www.harpersbazaar.com 30 Januari 2020). Maka dari itu para penggemar biasanya mencari tahu dimana bisa mendapatkan produk-produk yang digunakan oleh idola mereka. Tak jarang apapun yang digunakan atau di promosikan oleh idola mereka habis terjual dipasaran. Seperti *fashion*, makanan, Produk kecantikan juga termasuk.

Fenomena ini di ekonomi ada di teori dari James Dusenberry (dalam bukunya *Income, Saving and The Theory of Consumer Behavior*, 2013), dengan hipotesis pendapatan relatif, yang dimaksud adalah pengeluaran konsumsi ditentukan oleh pendapatan tertinggi yang pernah diterimanya. Jadi seperti kpopers mendapatkan uang saku bulanan dan itu akan mempengaruhi pola konsumsi mereka untuk membeli segala hal tentang idola mereka. Seperti contohnya jika uang bulanan sekitar 1-3 juta rupiah perbulan maka mereka kemungkinan akan membeli lightstick resmi dan album yang satunya sekitar Rp.600.000 – 1.000.000.

Begitu juga sebaliknya jika uang bulanan mereka di bawah Rp. 500.000 perbulan mereka akan membeli kuota internet untuk melihat kegiatan dan karya idola mereka seperti video mereka. mahasiswa yang memiliki jumlah duit saku besar pengelolaan duit sakunya rendah, serta lagi mempunyai pengelolaan duit saku yang besar begitu pula mahasiswa yang mempunyai jumlah duit saku rendah mempunyai pengelolaan duit sakunya besar. Fenomena inilah yang menjadi dasar pemikiran saya dalam mengambil penelitian ini guna untuk mencari tahu tentang perilaku konsumtif penggemar Kpop dan K-Drama sebagai konsumen di Surabaya dengan judul penelitian “ Pola Konsumsi Mahasiswa K-popers yang Berhubungan dengan Gaya Hidup K-pop Oleh Mahasiswa di Surabaya.”

Penelitian terdahulu banyak yang menyebutkan bahwa *Korean wave* berhubungan dengan *Lifestyle* dan konsumsi di Indonesia. Dalam Jurnal Laila Ramadani (2016) dengan judul “Pengaruh Pemanfaatan Kartu Debit serta Duit Elektronik(E- money) terhadap pengeluaran mengonsumsi mahasiswa” Terselip pengaruh positif serta signifikan antara mengonsumsi kartu debit terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negara Malang angkatan 2014. Perihal ini disebabkan pemakaian kartu debit yang terus menjadi besar hendak tingkatkan pengeluaran mengonsumsi mahasiswa. Perihal ini diakibatkan sebab secara psikologis seorang hendak lebih gampang menghasilkan duit dalam wujud nontunai dibandingkan tunai. Dalam jurnal Fruylyndese K. Simbar (2016) dengan judul “ Fenomena Mengonsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda di Kota Manado” mengatakan bahwa kalau Globalisasi merupakan alibi utama dari penyebaran budaya pop Korea dengan sasaran anak muda, dengan gaya *fashion* yang modern serta artis- artis dan aktor-aktor yang punya tenaga jual

besar telah menghipnotis para golongan muda di Kota Manado buat menjajaki alur dari budaya pop Korea. Dalam jurnal Ana Purwati (2011) dengan judul “ Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Anggapan atas Area, serta Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Sikap Konsumsi” mengatakan jika status sosial ekonomi orang tua siswa, anggapan siswa atas lingkungannya, serta prestasi belajar ekonomi mempengaruhi positif serta signifikan terhadap sikap konsumsi siswa.

Anggapan siswa atas zona memiliki pengaruh yang lebih besar apabila dibandingkan dengan pengaruh status sosial ekonomi orang tua siswa. Sebaliknya buat prestasi belajar ekonomi sangat bagikan donasi terhadap besarnya pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap sikap konsumsi siswa serta besarnya pengaruh anggapan siswa atas lingkungannya terhadap sikap konsumsi siswa. Dalam jurnal Nadine Denita Asrie dan Dian Misrawati (2020) dengan judul “ *Celebrity worship* dan *Impulsive Buying* para Penggemar *Kpop Idol*” mengatakan jika terdapat hubungan yang signifikan serta positif antara *celebrity worship* dengan *impulsive buying* pada anak muda penggemar tim idola BTS. *Celebrity worship* mempengaruhi secara signifikan terhadap pembelian merchandise idola secara impulsif pada anak muda penggemar tim idola BTS. Bersumber pada matriks korelasi antar aspek, dikenal bila aspek intense personal feeling pada *celebrity worship* sangat pengaruh aspek afektif pada *impulsive buying*. Konsumsi ialah aktivitas yang memakai benda serta jasa buat penuhi kebutuhan hidup. Mengonsumsi ialah sesuatu aktivitas yang memakai benda serta jasa yang digunakan dalam proses penciptaan tidak tercantum dalam proses mengonsumsi sebab tidak digunakan buat penuhi kebutuhan hidup manusia. setiap orang wajib melakukan kegiatan konsumsi setiap hari, tujuannya untuk mencapai kepuasan tertinggi dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti memenuhi berbagai kebutuhan. Tingkat konsumsi menguraikan tingkat kemakmuran, dimana kemakmuran seseorang diukur. Heru Nugroho sempat berkata style hidup orang yang lebih konsumtif umumnya lebih menghasilkan uangnya pada hal-hal yang dirasa tidak butuh, semacam pada kebutuhan imajiner.

Teori Keynes kedua ialah rasio mengonsumsi terhadap penghasilan yang diucapkan kecenderungan konsumsi rata-rata akan menyusut kala pemasukan bertambah. Untuk Keynes, proporsi tabungan orang kaya lebih besar apabila dibandingkan orang miskin. Apabila diurutkan dari orang yang sangat miskin sampai sangat kaya hendak terlihat proporsi tabungan terhadap tabungan pendapatan yang terus jadi meningkat naik.

Selera berbelanja manusia dalam bermacam benda dipengaruhi oleh style hidup dari benda yang mereka beli buat mencerminkan style hidupnya tersebut. Style hidup ialah pola hidup yang diekspresikan dalam kegiatan, atensi, serta opininya. Style hidup pada dasarnya ialah pola seorang dalam mengelola keuangannya.

METODE PENELITIAN

Tata cara yang digunakan dalam riset ini merupakan tata cara kualitatif. Tipe riset ini merupakan riset permasalahan, sebab memakai pendekatan kualitatif serta tercantum riset permasalahan, karena menggunakan pendekatan kualitatif dan termasuk studi kasus, sehingga hasil dari penelitian ini berupa analisis deskriptif terhadap perilaku yang diamati baik secara tertulis maupun lisan, khususnya yang berkaitan dengan Pola Konsumsi Mahasiswa K-popers yang Berhubungan dengan Gaya Hidup K-pop Oleh Mahasiswa di Surabaya.

Posisi ataupun obyek dalam riset ini terletak di beberapa universitas di Surabaya. Lebih tepatnya mahasiswa dan mahasiswi di universitas di Surabaya. Dikarenakan menurut saya sesuai dengan penelitian yang saya lakukan sehingga lokasi sudah sesuai dengan penelitian yang akan saya lakukan.

Data saya dapatkan melalui teknik wawancara narasumber yang sangat mengenal *KPOP* dan juga melakukan Observasi di media sosial. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah salah satu mahasiswi di Perbanas Surabaya yang bernama Adelia Carissa jurusan manajemen. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data Observasi tentang Fenomena *KPOP* yang sedang booming di Dunia terutama di Indonesia. Melakukan observasi tentang penelitian di mahasiswa di Surabaya.

Dalam hal ini peneliti akan menggunakan wawancara tidak langsung untuk menghubungkan dengan barang yang disurvei dan mencatat barang secara tertulis. Saat menggunakan metode dokumentasi peneliti akan menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku, majalah, dokumen, peraturan, dll. Dalam Proses wawancara dan observasi media sosial dan menganalisis lebih dalam lagi memiliki dampak positif bagi ekonomi di Indonesia khususnya di Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil sumber data yang sudah dikumpulkan dengan wawancara dari sumber yang peneliti anggap sangat cocok dengan penelitian ini, yaitu :

1. Alasan menjadi kpopers

Dulu waktu SMA kan jaman-jamannya korea tuh, terus sebenarnya karena dulu waktu SMA teman sebangku ku itu kpopers terus kayak sering diajak liat gitu..lama-lama ya tertarik. Akhirnya aku cari-cari sendiri di internet. Lama-lama malah suka banget . jadi ketagihan sampai sekarang.

Fenomena ini di ekonomi ada di teori dari James Dusenberry, dengan hipotesis pendapatan relatif, yang dimaksud adalah pengeluaran konsumsi ditentukan oleh pendapatan tertinggi yang pernah diterimanya. menurut Sutisna dalam Heru Suprihadi (2017) termasuk di AIO (*Activity, Interest, Opini*) sehingga dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi narasumber karena lingkungan disekitarnya yang mempengaruhinya sehingga gaya hidupnya terpengaruh karena *Interest* yang memiliki penafsiran aksi yang menyertai atensi spesial ataupun terus menerus. Minat dan keinginan tiap orang tentu berbeda- beda. Adakalanya manusia tertarik pada santapan, adakalanya pula manusia tertarik pada mode, serta sebagainya. Ketertarikan pada aspek orang konsumen dalam pengaruhi proses pengambilan keputusan. Masing-masing industri dituntut buat tetap memahami atensi para pelanggannya. Dengan memahami ketertarikan pelanggannya, dapat memudahkan industri buat menciptakan konsep pemasaran guna mempengaruhi proses pembelian para pasar sasarnya. Penelitian ini memiliki hasil yang kurang lebih sama dengan penelitian sebelumnya yaitu Ana Purwati (2011) dengan judul “ Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi” status sosial ekonomi orang tua siswa, anggapan siswa terhadap area, serta kinerja akademik ekonomi mempengaruhi positif serta signifikan terhadap sikap konsumsi siswa. Anggapan siswa terhadap status sosial ekonomi orang tuanya. Pada saat yang sama, prestasi belajar ekonomi sangat mempengaruhi sejauh mana status sosial ekonomi orang tua mempengaruhi perilaku konsumen siswa dan sejauh mana persepsi siswa tentang lingkungan mereka mempengaruhi perilaku konsumen siswa.

2. Motif yang digunakan untuk mendukung artis *kpop* idola.

Kalau aku sih ikut kegiatan resmi yang dikeluarkan dari agensinya sih. Kayak mereka keluarin album sebisa mungkin aku beli, kalau ada konser di jakarta atau malaysia aku usahain nabung dari jauh-jauh hari dari uang saku bulanan sama kerja sampingan dikit buat nonton konsernya.

Asal Pendapatan yang digunakan

Kadang uang saku cukup buat beli satu album sama beli keperluan lain-lain tapi karena kalau Cuma mengandalkan uang saku kayaknya kurang jadi aku jualin Photocard di grup Kpopers dan hasilnya lumayan bisa buat nonton konser sama beli album dll.

Teori Konsumsi keynes (2008:41) menjelaskan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang semakin tinggi tingkat konsumsi dan tabungannya. Dari hasil wawancara narasumber diatas menjelaskan bahwa konsumsi yang dilakukannya sesuai dengan pendapatannya dari uang saku yang diberikan oleh orang tuanya dan tabungannya, jika harga konsumsinya terlalu tinggi maka tidak akan membeli produk tersebut. Tetapi jika dengan menabung dari jauh-jauh hari harga produk sesuai dengan pendapatannya maka sebisa mungkin akan membeli produk tersebut. Dari hasil penelitian diatas penjelasan tersebut sesuai dengan penjelasan suparmoko (1991) selain pendapatan, rasa yang mempengaruhi konsumsi, yang berarti bahwa meskipun usia dan pendapatan individu sama konsumsi setiap orang berbeda. Dan juga faktor kekayaan, Kekayaan secara eksplisit sering dikaitkan dalam fungsi agregat sebagai faktor yang dapat menentukan konsumsi.

3. Bagaimana pengaruh dunia *kpop* di keseharian (fashion, makanan, kegiatan, budaya)

Lebih ke fashion sih kalau aku sama selera makanan juga. Kaya misalnya aku kalau pergi nongkrong pakai outfit korean style gitu tapi ya gak selalu, terus kalau misal kuliah gitu aku juga pakai blazer gitu kalau ada presentasi di kelas. kalau dirumah ya aku pakai pakaian rumah biasa gak ada yang beda. Kalau segi selera makanan juga akhirnya sering beli Korean food soalnya pernah liat idola ku makan makanan itu jadi pengen.

Sutisna dalam Heru Suprihadi (2017) menyebutkan bahwa gaya hidup adalah suatu cara hidup yang dilihat dengan bagaimana seseorang menggunakan waktu dan uangnya dari pekerjaan dan pendapatan untuk hobi, belanja, kebutuhan. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang. Maka dari hasil wawancara oleh narasumber diatas bahwa Konsumsi yang dilakukan berhubungan dengan gaya hidup kesehariannya yang menyukai *kpop* dari segi fashion dan selera makanannya. Dari hasil penjelasan diatas penelitian ini memiliki hasil yang kurang lebih sama dengan penelitian sebelumnya. Frulyndese K. Simbar (2016), menyebutkan di Fenomena Konsumsi Budaya Korea pada anak muda di kota Manado, bahwa secara positif fenomena *Kpop* memiliki pengaruh positif terhadap konsumsi budaya korea dengan mendownload video korea via internet sehingga mengeluarkan uang untuk menggunakan internet dari uang saku atau tabungannya. Ana Purwati (2011)

menyebutkan di Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap perilaku konsumsi, bahwa status sosial ekonomi orang tua siswa dan lingkungannya memiliki pengaruh konsumsi siswa itu sendiri sehingga konsumsi yang dihasilkan positif dan signifikan. Sehingga hal ini bisa berpengaruh terhadap tingkat konsumsi pada penelitian ini.

Nadine Denits Asrie dan Dian Misrawati (2020) mengatakan di *Celebrity worship* dan *impulsive buying* pada penggemar kpop *idol*, bahwa konsumsi dan pengaruh artis memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap pembelian *merchandise* resmi Kpop pada remaja. Fauz Novia Faadhilah (2018) mengatakan di Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan *beauty vlogger* sebagai kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik bahwa pengaruh gaya hidup konsumtif kosmetik korea memiliki pengaruh terhadap pembelian konsumtif remaja di surabaya dengan membeli barang yang digunakan oleh idola mereka.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya Gaya hidup Kpopers mahasiswa di surabay berhubungan dengan konsumsi yang dikeluarkan sehingga konsumsi yang dikeluarkan sebesar faktor pendapatan yang didapat hingga menentukan besar atau kecilnya biaya yang dikeluarkan untuk suatu barang yang berhubungan dengan *Korean*. Beberapa faktor yang mempengaruhi konsumsi seseorang adalah selera individu karena setiap individu memiliki selera yang berbeda sehingga meskipun umur dan memiliki pendapatan yang sama tetapi konsumsi yang dikeluarkan akan berbeda. dan juga faktor kekayaan yang berarti jika semakin tinggi tingkat kekayaan maka semakin tinggi juga tingkat konsumsinya begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat kekayaan individu makan semakin rendah pula tingkat konsumsinya.

SARAN

Berdasarkan dari penelitian ini maka diharapkan, khususnya yang berminat lebih kepada *kpop*, ingin mengerti budaya serta bahasa korea lebih jauh, sehingga banyak ilmu yang diperoleh dengan menjadi *kpopers* .dari informasi yang diperoleh dari *kpop* sebaiknya digunakan sebagai cara untuk memperoleh keuntungan dengan cara menjual belikan *merchandise kpop* sehingga lebih menguntungkan lagi. pemerintah memberikan sarana untuk para mahasiswa *kpopers* untuk UMKM tentang mendagangkan *merchandise kpop* sehingga bisa menambah ekonomi daerah.

REFERENSI

- Sukirno, Sadono.2013.MIKRO EKONOMI TEORI PENGANTAR EDISI KETIGA.JAKARTA.
- Hanum, Nurlaila.2017. Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. JURNAL SAMUDRA EKONOMIKA. VOL 1(2):115.
- Ramadani, Laila.2016.Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. JESP. Vol 8(1):7.

- Simbar, Frulyndese K. 2016. FENOMENA KONSUMSI BUDAYA KOREA PADA ANAK MUDA DI KOTA MANADO. *Jurnal Holistik*. Tahun X no.18:13-16.
- Purwati, Ana. 2011. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi. *JURNAL EKONOMI BISIS*. No.11:15.
- Asrie, Nadine Denita. Misrawati, Dian. 2020. *Celebrity worship dan Impulsive buying pada Penggemar KPOP Idol*. *Journal of Psychological Perspective*, 2 (2):98.
- Lutfiah, Ulfa. Hadi S., Yohanes. Rokhmani, Lisa. 2015. Pengaruh Jumlah Uang Saku dan Kontrol Diri terhadap Pola konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *JPE*. Vol. 8 No. 1
- Leung, Sarah. 2012. *Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music*. Vassar College.
- Dwi Hardiyanti, Tanti. 2019. Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan medan perjuangan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Hal. 29.
- Faadhilah, Fauz Novia. 2018. PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN BEAUTY VLOGGER SEBAGAI KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK (STUDI PADA REMAJA PEREMPUAN PENGGUNA KOSMETIK KOREA DI SURABAYA). *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 7 Nomor 1:140-141.