

ABSTRAK

Nama : Syifa Firda Maula

NIM : 1211040127

Judul : Hubungan Religiusitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pembeli Tiket Konser Seventeen *Right Here* 2025 Di Jakarta

Masa remaja, yang merupakan masa penting dalam kehidupan seseorang, ditandai dengan serangkaian perubahan dan pencarian identitas. Fenomena globalisasi budaya, khususnya Korean Wave (Hallyu), membawa pengaruh besar terhadap gaya hidup remaja di Indonesia. Salah satu dampaknya adalah meningkatnya perilaku konsumtif dalam fandom K-pop, termasuk dalam pembelian tiket konser, merchandise, maupun aktivitas fandom lainnya. Hal ini menimbulkan permasalahan karena konsumsi sering kali didorong oleh dorongan emosional dan tekanan sosial, bukan oleh kebutuhan rasional.

Permasalahan penelitian ini berfokus pada bagaimana religiusitas dapat berperan dalam menekan perilaku konsumtif di kalangan pembeli tiket konser Seventeen *Right Here* 2025 di Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat religiusitas dan perilaku konsumtif pembeli tiket konser Seventeen, serta menganalisis hubungan di antara kedua variabel tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analitis, yakni penelitian inferensial yang menelaah hubungan antar variabel dengan pengujian hipotesis. Metode yang dipakai adalah kuantitatif dengan desain korelasional. Sampel penelitian berjumlah 75 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan berupa skala religiusitas dan skala perilaku konsumtif yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat religiusitas tinggi (85,3%) dan perilaku konsumtif dalam kategori sedang (98,5%). Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan negatif signifikan namun rendah antara religiusitas dan perilaku konsumtif ($r = -0,287$; $p = 0,000$). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif individu. Dengan demikian, religiusitas dapat berfungsi sebagai faktor pengendali dalam menghadapi budaya populer yang mendorong perilaku konsumtif, khususnya di kalangan penggemar K-pop.

Kata Kunci: Religiusitas, Perilaku Konsumtif, K-Pop