

Abstrak

Penggemar TREASURE atau Treasure Maker menunjukkan kecenderungan melakukan pembelian *merchandise* secara spontan tanpa perencanaan, yang diduga berkaitan dengan kemampuan kontrol diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku pembelian impulsif *merchandise* TREASURE pada Treasure Maker Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 224 responden berusia 15-25 tahun yang tergabung dalam komunitas 'wtb wts wtt wto aab treasure' di platform X. Pengumpulan data dilakukan menggunakan *Self-Control Scale* dan *Impulse Buying Tendency Scale*, kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi *pearson product moment*. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar -0,285 dengan signifikansi $<0,001$ ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dengan perilaku pembelian impulsif.

Kata Kunci : kontrol diri, pembelian impulsif, fandom K-pop, treasure maker



Abstract

Treasure fans, known as Treasure Makers, tend to purchase merchandise spontaneously without prior planning, which is suspected to be related to their level of self-control. This study aims to determine the relationship between self-control and impulsive buying behavior of TREASURE merchandise among Treasure Maker Indonesia. This study used a quantitative correlational approach with purposive sampling, involving 224 respondents aged 15-25 who are members of the 'wtb wts wtt wto aab treasure' community on platform X. Data were collected using the Self-Control Scale and Impulse Buying Tendency Scale, then analyzed using Pearson product moment correlation. The results showed a correlation coefficient of -0,285 with a significance value of $<0,001$ ($p < 0,005$), indicating a significant negative relationship between self-control and impulsive buying behavior.

Keywords : *self-control, impulsive buying, K-pop fandom, treasure maker*

