



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FoMO) DAN FANATISME
TERHADAP *PANIC BUYING* TIKET KONSER K-POP
(Studi Kasus Pada Konser Seventeen “Right Here” di Jakarta)**

DEWI STALASTIANA

NIM: 2105421103

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

DEWI STALASTIANA. Pengaruh Takut Tertinggal dan Fanatisme terhadap Pembelian Panik Tiket Konser K-Pop (Studi Kasus pada Konser Seventeen “Right Here” di Jakarta). Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Jakarta. 2025.

Fenomena *panic buying* dalam pembelian tiket konser K-Pop semakin sering terjadi di Indonesia, terutama di kalangan penggemar yang tidak ingin tertinggal momen berharga bersama idola mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan fanatisme terhadap perilaku *panic buying* dalam pembelian tiket konser K-Pop, khususnya pada konser Seventeen “Right Here” di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Sampel diperoleh melalui metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden merupakan penggemar Seventeen yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan pernah membeli tiket konser tersebut. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 162 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying*, sementara fanatisme tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa perasaan takut tertinggal momen bersama idola menjadi pendorong utama perilaku konsumtif dan impulsif dalam pembelian tiket konser, dibandingkan dengan sekadar keterikatan emosional sebagai bentuk fanatisme. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang strategi pemasaran yang lebih etis serta meningkatkan kesadaran penggemar agar mampu mengambil keputusan pembelian secara lebih rasional dan terhindar dari potensi penipuan atau kerugian akibat pembelian panik.

Kata Kunci: Fanatisme, *Fear of Missing Out*, K-Pop, *Panic Buying*, Tiket Konser



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

DEWI STALASTIANA. *The Influence of Fear of Missing Out (FoMO) and Fanaticism on Panic Buying of K-Pop Concert Tickets (Case Study on the Seventeen “Right Here” Concert in Jakarta).* Department of Business Administration. Politeknik Negeri Jakarta. 2025.

The phenomenon of panic buying in the purchase of K-Pop concert tickets is increasingly common in Indonesia, especially among fans who do not want to miss out on precious moments with their idols. The purpose of this study is to examine and analyze the influence of Fear of Missing Out (FoMO) and fanaticism on panic buying behavior in K-Pop concert ticket purchases, specifically in the case of Seventeen's “Right Here” concert in Jakarta. This research uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The sample was obtained through purposive sampling, with criteria including Seventeen fans living in the Greater Jakarta area who had purchased tickets to the concert. The total number of respondents in this study was 162. The results show that FoMO has a positive and significant influence on panic buying, while fanaticism does not have a significant effect. These findings indicate that the psychological urge to not miss out on the moment with idols is a stronger driver of impulsive and consumptive buying behavior than mere emotional attachment or fanaticism. This research is expected to serve as a reference for developing more ethical marketing strategies and raising fans’ awareness to make more rational purchasing decisions and avoid potential fraud or losses due to panic buying..

Keywords: Concert Ticket, Fear of Missing Out (FoMO), Fanaticism, K-Pop, Panic Buying



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat dan kasih karunia-Nya yang melimpah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu. Penulis menyusun laporan tugas akhir dengan judul, yaitu Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) Dan Fanatisme Terhadap *Panic Buying* Tiket Konser K-Pop (Studi Kasus Pada Konser Seventeen “Right Here” di Jakarta).

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada program studi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi ini banyak pihak yang turut mendukung dan membantu sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin mendedikasikan halaman ini untuk berterima kasih kepada pihak-pihak terlibat tersebut, yakni:

1. Dr. Syamsurizal SE. MM. Selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan arahan, dukungan, serta fasilitas yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini
3. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2021 - 2025 dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, serta motivasi yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
4. Yanita Ella Nilla Chandra, S.AB., M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Imas Chandra Pratiwi, M.S.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dan memberikan arahan terkait penulisan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama dibangku perkuliahan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Seluruh Staff Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah membantu penulis dalam kelancaran proses penyusunan skripsi, baik dalam hal administrasi maupun dukungan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
8. Alm. Bapak Bambang Minargo, Ibu Endah Sripeni, Aditya Putra Kusuma, Putri Larasati, Rani Fauziah, Alfa Rezky dan Fatisya Khanza selaku orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan banyak doa, semangat, serta dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Teman – teman semasa kuliah di Politeknik Negeri Jakarta Meyra, Rahil, Intan, Athalah, Ifnu, Jasmine, Abdiel, Dea, Anita, Alvito dan Alfi yang telah berjasa memberikan banyak bantuan dalam hal materill maupun non materill dan juga semangat kepada penulis selama penulisan skripsi dan selama berkuliah dari semester pertama hingga semester akhir.

Depok,

Penulis,

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Dewi Stalastiana

NIM 2105421103



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Kerangka Teori	14
2.1.1 <i>Consumer Behavior</i> (Perilaku Konsumen)	14
2.1.2 <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	17
2.1.3 Fanatisme	18
2.1.4 <i>Panic Buying</i>	20
2.2 Penelitian terdahulu	22
2.3 Hipotesis Penelitian	26
2.4 Deskripsi Konseptual/Kerangka Konseptual	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.1.1 Waktu Penelitian	28
3.1.2 Tempat Penelitian	28



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Kerangka Peneltian	29
3.3 Metode Penelitian	31
3.3.1 Populasi dan Sampel	31
3.3.2 Jenis dan sumber data	33
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.4 Instrumen Penelitian	35
3.3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Uji Instrumen.....	44
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	44
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4.2 Karakteristik Responden.....	47
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia — Distribusi jumlah responden berdasarkan usia tertera pada gambar 4.2 berikut ini:	48
4.2.3 Responden Berdasarkan Wilayah	49
4.3 Analisis Tanggapan Responden	50
4.3.1 Analisis Skor Data Responden Berdasarkan Variabel Fear of Missing Out (FoMO)	50
4.3.2 Analisis Skor Data Responden Berdasarkan Variabel Fanatisme.....	53
4.3.3 Analisis Skor Data Responden Berdasarkan Variabel <i>Panic Buying</i>	57
4.4 Hasil Analisis Data	60
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.4.2 Hasil Analisis Uji Hipotesis.....	65
4.5 Hasil Analisis dan Pembahasan	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82
CURRICULUM VITAE.....	120



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Popularitas K-Pop di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Data Kegiatan yang Dilakukan oleh Masyarakat.....	3
Gambar 1. 3 Bukti Pendukung Panic Buying Tiket Konser Seventeen.....	4
Gambar 1. 4 Respon Pengguna lain	5
Gambar 1. 5 Peringatan Untuk Sesama Penggemar	7
Gambar 1. 6 Isi Komentar Dari Akun @cistem_aperio.....	8
Gambar 1. 7 Persebaran Fans K-Pop di Indonesia	10
Gambar 2. 1 Deskripsi Konseptual	27
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	30
Gambar 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	49
Gambar 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Wilayah.....	49
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	61
Gambar 4. 5 Grafik Histogram Uji Normalitas	62
Gambar 4. 6 Grafik P-P Plot Uji Normalitas	62
Gambar 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Gambar 4. 8 Grafik <i>Scatter Plot</i>	64
Gambar 4. 9 Hasil Uji Metode <i>Glejser</i>	65
Gambar 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	66
Gambar 4. 11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	68
Gambar 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	68
Gambar 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel Fanatisme	69
Gambar 4. 14 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	69
Gambar 4. 15 Hasil Analisis Uji Signifikasi Parsial T (Uji T)	70



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2. 2 Perbedaan dan Persamaan Dengan Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	28
Tabel 3. 2 Skala Likert 4 Tingkat.....	36
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>fear of missing out</i> (FoMO) (X1).....	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Fanatisme.....	45
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Panic Buying</i>	46
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 5 Kategori Skoring	50
Tabel 4. 6 Data Responden Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	51
Tabel 4. 7 Data Responden Variabel Fanatisme	54
Tabel 4. 8 Data Responden Variabel <i>Panic Buying</i>	57
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	72

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	82
Lampiran 2 Tabulasi Data <i>Pre - Test</i> Variabel <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> (X1)	87
Lampiran 3 Tabulasi Data <i>Pre - Test</i> Variabel Fanatisme (X2)	89
Lampiran 4 Tabulasi Data <i>Pre - Test</i> Variabel <i>Panic Buying</i>	91
Lampiran 5 Hasil Uji Instrument	94
Lampiran 6 Tabulasi Data <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	96
Lampiran 7 Tabulasi Data Fanatisme	102
Lampiran 8 Tabulasi Data <i>Panic Buying</i>	108
Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik	116
Lampiran 10 Uji Hipotesis	118

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

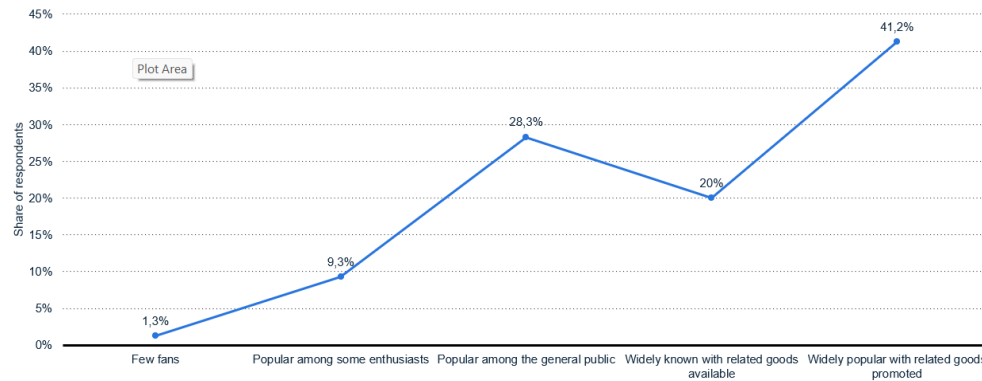
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah membawa gelombang budaya Korea Selatan (*Korean Wave/Hallyu*) ke berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk ekspansi budaya ini adalah maraknya industri hiburan Korea Selatan, khususnya musik pop Korea atau K-pop. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada preferensi musik generasi muda, tetapi juga mempengaruhi perilaku konsumsi dan pola interaksi sosial mereka.

Popularity of South Korean pop music (K-pop) in Indonesia as of November 2023

K-pop popularity in Indonesia 2023



Note(s): Indonesia, South Korea; November 10 to 30, 2023; 15-59 years; 1,200 respondents; people who experienced South Korean cultural contents
Further information regarding this statistic can be found on [page 8](#).
Source(s): Korean Foundation for International Cultural Exchange; Research Lab; ID 956017

statista

Gambar 1. 1 Popularitas K-Pop di Indonesia

Sumber: Statista, 2023

Berdasarkan Gambar 1.1, Popularitas K-Pop di Indonesia semakin meningkat, sebagaimana ditunjukkan dalam survei yang dilakukan pada bulan November 2023. Berdasarkan data tersebut, sebanyak 41,2% responden menyatakan bahwa K-Pop sangat populer dan banyak dipromosikan dengan barang terkait, sementara 28,3% responden menganggap K-Pop populer di kalangan masyarakat umum. Kemajuan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

teknologi yang memungkinkan akses informasi mengenai musik, drama, dan gaya hidup Korea dengan lebih mudah turut memperluas jangkauan budaya ini.

Dalam era disrupsi dan perubahan teknologi informasi saat ini, pelayanan kepada pelanggan menjadi aspek yang sangat penting untuk ditingkatkan demi mewujudkan kepuasan dan pemenuhan kebutuhan pelanggan (Mariam et al., 2023). Pelayanan tersebut merupakan bentuk nyata dari kepercayaan yang dibangun oleh organisasi atau perusahaan dalam upaya bersinergi dan memenangkan persaingan di tengah ketatnya kompetisi pasar (Mariam et al., 2023).

Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar potensial bagi industri hiburan Korea. Popularitas tersebut tidak hanya membentuk tren budaya, tetapi juga mulai mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, terutama di kalangan penggemar K-Pop. Salah satu dampak dari popularitas K-Pop adalah terbentuknya pola perilaku konsumtif di kalangan penggemar, termasuk dalam pembelian tiket konser. *Panic buying*, yang biasanya diasosiasikan dengan pembelian berlebihan dalam kondisi darurat, kini juga ditemukan dalam konteks hiburan, seperti konser musik.

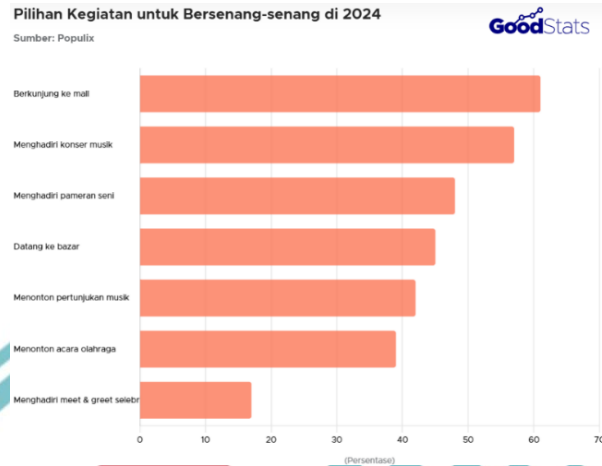
Antusiasme tinggi terhadap konser K-Pop sering kali mendorong penggemar untuk membeli tiket dalam jumlah besar dalam waktu singkat, yang tidak jarang mengarah pada *panic buying*. Beberapa *boygroup* dan *girlgroup* yang memiliki basis penggemar besar di Indonesia antara lain Super Junior, BTS, EXO, TXT, Enhypen, Seventeen, Blackpink, Aespa, serta penyanyi solo seperti IU. Tidak hanya itu, data dari GoodStats menunjukkan bahwa menghadiri konser musik menjadi salah satu kegiatan yang paling diminati untuk bersenang-senang pada tahun 2024, bersanding dengan aktivitas seperti mengunjungi mall dan menghadiri pameran seni.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 2 Data Kegiatan yang Dilakukan oleh Masyarakat

Sumber: Populix, 2024

Berdasarkan gambar 1.2, menghadiri konser musik merupakan salah satu pilihan utama dalam kegiatan hiburan, dengan 57% responden berencana menonton konser setidaknya satu hingga tiga kali dalam tahun 2024. Tren ini semakin menegaskan tingginya antusiasme masyarakat terhadap konser musik, terutama konser K-Pop. Fenomena K-Pop telah menjadi bagian penting dari budaya populer di Indonesia, menarik perhatian berbagai kalangan, terutama generasi muda.

Salah satu konser yang mendapat perhatian besar adalah Seventeen: Right Here in Jakarta, yang diumumkan sebagai bagian dari tur dunia SEVENTEEN di kawasan Asia. Konser ini langsung menjadi perbincangan hangat di kalangan penggemar, dengan tingginya permintaan tiket yang memicu aksi *panic buying* secara masif. Banyak penggemar rela membeli membership terlebih dahulu demi mendapatkan akses awal saat *presale* dan kemudian bersaing ketat di platform daring untuk memastikan mereka memperoleh tiket. Tingginya animo tersebut terbukti dari cepatnya tiket konser SEVENTEEN pada 8 Februari 2025 terjual habis, baik dalam tahap *presale* maupun *general sale*.

Sebagai respons atas besarnya antusiasme tersebut, promotor Mecimapro secara resmi mengumumkan penambahan satu hari konser tambahan. Dengan demikian, jadwal konser bertajuk SEVENTEEN [RIGHT HERE] WORLD TOUR IN JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

resmi digelar selama dua hari, yakni pada 8 dan 9 Februari 2025 di Jakarta International Stadium (JIS). Penambahan hari ini diumumkan tak lama setelah tiket hari pertama dinyatakan *sold out*, memperlihatkan tingginya permintaan dan dedikasi luar biasa dari para penggemar SEVENTEEN di Indonesia. (CNN Indonesia, 2024)

Menurut (Lins & Aquino, 2020)), *panic buying* merupakan perilaku yang muncul akibat rasa takut, panik, dan ketidakpastian, terutama dalam situasi krisis. Perilaku ini mendorong individu untuk membeli barang dalam jumlah berlebihan dibandingkan biasanya. Selain faktor psikologis individu, *panic buying* juga dapat dipicu oleh pengaruh sosial, seperti tekanan dari teman sebaya dan penyebaran rumor, yang semakin memperkuat kecemasan dalam pengambilan keputusan pembelian (Widyastuti, 2020). Fenomen *panic buying* dalam pembelian tiket konser K-Pop dapat diamati melalui unggahan di media social.



Gambar 1. 3 Bukti Pendukung *Panic Buying* Tiket Konser Seventeen
Sumber: Twitter K-Popers, 2024

Pada gambar 1.3, unggahan di platform media sosial X menunjukkan bagaimana penggemar sering kali mengalami ketakutan akan kehabisan tiket, yang menyebabkan *panic buying*. Dalam unggahan tersebut, Akun Twitter @tetehtcarat memperingatkan penggemar untuk tidak melakukan *panic buying* maupun *blind buy* karena tiket



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kategori *Pink Soundcheck* (SC) tidak dapat dipindahtangankan. Untuk menghindari risiko penipuan, pengguna lainnya, (@leeseoksy), juga menyarankan agar tidak membeli tiket dari akun yang tidak jelas, karena *panic buying* justru membuka peluang bagi oknum yang ingin mengambil keuntungan dengan menaikkan harga tiket secara tidak wajar.



Gambar 1. 4 Respon Pengguna lain

Sumber: Twitter K-Popers, 2024

Pada gambar 1.4, menunjukkan cuitan dari akun @tetecharat yang memiliki jumlah views sebanyak 395k dan 4.696 likes. Respons terhadap cuitan tersebut datang dari pengguna lain seperti @honeys_han, yang membagikan pengalaman langsung menyaksikan pengunjung dikeluarkan dari venue karena data keanggotaan tidak sesuai saat proses *face check*, "Jangan deh ya... Pernah liat di depan mata langsung, ada yang pakai SC tapi pas *face check* di dalam venue ternyata beda sama data membership. Tiketnya langsung disita dan orangnya disuruh keluar." (Twitter/@honeys_han).

Pengguna lain, @naanasoy, juga memperkuat pesan tersebut dengan menekankan pentingnya kewaspadaan terhadap penipuan serta pentingnya membaca syarat resmi yang tercantum di situs penjualan tiket, "Plis jangan tergiur dan *panic buying* guys



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

karena di web MCP udah sejelas itu *terms & conditions*-nya. Apalagi yang nawarin jual 2 tix, fix scam dan ga bakal bisa masuk karena ada *face check*. Dan kalau ditawari masuk barengan juga jangan langsung percaya, banyak modus sekarang ini karena masih panas dan *high demand*." (Twitter/@naanasoy).

Tingginya permintaan terhadap tiket konser ini menyebabkan tiket habis terjual dalam waktu singkat. Dalam kondisi ini, sebagian penggemar menunjukkan perilaku *panic buying*, yaitu melakukan pembelian secara impulsif karena rasa takut tidak mendapatkan tiket. Banyak penggemar yang gagal mendapatkan tiket resmi kemudian beralih ke pihak ketiga, termasuk calo, yang menawarkan harga tiket jauh lebih tinggi. Hal ini menyebabkan lonjakan harga di pasar sekunder serta meningkatnya kasus penipuan, di mana banyak penggemar tertipu oleh penjual tiket palsu atau tidak mendapatkan tiket setelah melakukan pembayaran.

Dalam konteks ini, pelayanan prima menjadi krusial. Pelayanan prima merupakan tindakan nyata yang dilakukan organisasi atau perusahaan sebagai bentuk kepedulian terhadap pelanggan, dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Pelayanan ini dilandasi oleh kepercayaan, serta didukung oleh standar dan prosedur yang berlaku dalam organisasi (Mariam et al., 2023).

Sementara itu, teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau jasa. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal seperti motivasi dan emosi, maupun eksternal seperti kelompok sosial dan budaya. Dalam pembelian tiket konser K-Pop, perilaku *panic buying* dapat dipahami melalui perspektif ini, di mana *Fear of Missing Out* (FoMO) dan tingkat fanatisme menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan konsumtif yang impulsif.

Tingginya permintaan terhadap tiket konser K-Pop dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis dan sosial, seperti kekhawatiran akan kehilangan kesempatan *Fear of Missing Out* (FoMO), dinamika interaksi dalam komunitas penggemar, serta tingkat keterikatan emosional terhadap idola. *Fear of Missing Out* (FoMO) atau ketakutan akan kehilangan pengalaman berharga adalah fenomena psikologis di mana seseorang



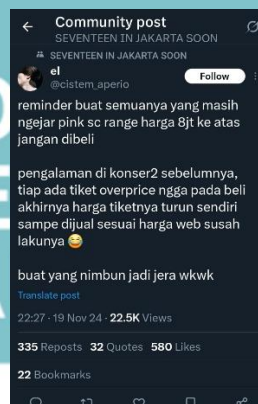
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

merasa cemas atau gelisah karena takut tertinggal dari pengalaman yang dianggap berharga atau menyenangkan yang sedang dialami orang lain. Dalam konteks konser K-Pop, *Fear of Missing Out* (FoMO) sering kali menjadi dorongan bagi penggemar untuk segera membeli tiket tanpa berpikir panjang. Penggemar yang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) cenderung merasa tertekan untuk segera mendapatkan tiket agar tidak tertinggal dari rekan-rekan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh (Natalia & Huwae, 2024), menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) berkontribusi sebesar 19,9% terhadap kecenderungan *panic buying* di kalangan penggemar K-Pop.

Perilaku *panic buying* dalam konteks konser K-Pop tidak hanya dipicu oleh fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), tetapi juga sangat dipengaruhi oleh tingkat fanatisme penggemar terhadap idola. Fanatisme ini berperan dalam mendorong pengambilan keputusan yang bersifat emosional dan impulsif. Dalam kasus konser SEVENTEEN: Right Here di Jakarta, keterikatan emosional yang mendalam antara penggemar dan idola tercermin dari kesediaan penggemar untuk mengeluarkan biaya besar demi memperoleh akses eksklusif seperti tiket *soundcheck*.



Gambar 1. 5 Peringatan Untuk Sesama Penggemar

Sumber: Komunitas Seventeen, 2024

Pada gambar 1.5, salah satu kasus yang menjadi sorotan di media sosial adalah unggahan dari akun X (Twitter) @cistem_aperio, yang mengimbau agar penggemar tidak membeli tiket *Pink Soundcheck* dengan harga di atas Rp8.000.000. Imbauan ini didasarkan pada pengalaman sebelumnya, di mana tiket dengan harga yang terlalu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tinggi (*overpriced*) cenderung tidak laku dan akhirnya turun hingga mendekati harga resmi. Pernyataan tersebut merefleksikan bentuk resistensi terhadap praktik penimbunan dan eksploitasi harga oleh pihak tertentu yang memanfaatkan keresahan penggemar.



Gambar 1. 6 Isi Komentar Dari Akun @cistem_aperio

Sumber: Komunitas Seventeen, 2024

Pada gambar 1.6, dalam kolom balasan unggahan tersebut disebutkan bahwa terdapat penggemar yang membeli tiket *Pink Soundcheck* melalui *reseller* dengan harga mencapai Rp15.000.000 angka yang jauh melampaui harga resmi sebesar Rp3.850.000. Pada sejumlah kasus, faktor-faktor emosional seperti fanatisme dan rasa takut tertinggal *Fear of Missing Out* (FoMO) berkontribusi terhadap kecenderungan perilaku konsumsi yang tidak sepenuhnya rasional. Permintaan yang terus meningkat terhadap tiket konser K-Pop secara tidak langsung memperkuat kecenderungan *panic buying*, sekaligus membuka peluang terjadinya manipulasi harga oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, analisis terhadap dinamika ini menjadi penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengelolaan sistem penjualan tiket yang lebih transparan, adil, dan berorientasi pada perlindungan konsumen.

Meskipun penelitian tentang *panic buying* dalam konteks ekonomi dan psikologi telah banyak dilakukan, kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan fanatisme terhadap perilaku *panic buying* pada pembelian tiket konser K-Pop, dengan studi kasus pada konser Seventeen “Right Here” di Jakarta. Berdasarkan hasil analisis kuantitatif menggunakan metode regresi linear berganda terhadap 162 responden penggemar Seventeen yang berdomisili di Jabodetabek, maka kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying* tiket konser K-Pop. Semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan oleh penggemar, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian tiket secara *panic buying*. Hal ini tercermin dari mayoritas persetujuan responden terhadap pernyataan "Saya menantikan kesempatan menyaksikan Seventeen secara langsung", yang menunjukkan bahwa keinginan untuk tidak melewatkan momen penting bersama idola menjadi pendorong utama perilaku pembelian impulsif. Responden cenderung melakukan pembelian tiket secara cepat karena takut kehilangan pengalaman berharga yang hanya terjadi sekali seumur hidup.
- b. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel fanatisme ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *panic buying* dalam pembelian tiket konser. Meskipun sebagian besar responden menyatakan sangat bahagia saat mengetahui Seventeen akan konser di Jakarta, hal ini tidak cukup kuat untuk mendorong mereka melakukan pembelian tiket secara panik. Hal ini tercermin dari mayoritas persetujuan responden terhadap pernyataan “Saya merasa sedih berlebihan jika tidak bisa hadir di konser mereka”, yang menunjukkan bahwa meskipun terdapat keterikatan emosional yang kuat terhadap idola, hal tersebut tidak secara otomatis mendorong perilaku pembelian *panic buying*. Dengan kata



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lain, tingkat fanatisme yang tinggi tidak selalu berbanding lurus dengan keputusan pembelian yang didorong oleh rasa panik atau ketakutan akan kehilangan momen.

- c. *Fear of Missing Out* (FoMO) dan fanatisme secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *panic buying*. Hal ini tercermin dari keyakinan responden terhadap pernyataan "Saya percaya membeli tiket langsung lebih aman dan adil", yang menunjukkan bahwa walaupun mereka menyadari pentingnya proses pembelian yang wajar, tekanan psikologis dari ketakutan tertinggal dan ikatan emosional terhadap idola tetap mendorong tindakan impulsif. Kedua faktor tersebut saling memperkuat dan menciptakan kondisi psikologis yang mendasari keputusan pembelian secara panik.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka beberapa saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak terkait adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Promotor Konser dan Penyelenggara Acara (*Event Organizer*)
Promotor disarankan untuk menyediakan sistem pembelian tiket yang adil, transparan, dan tidak memicu kepanikan, misalnya dengan penggunaan sistem antrean digital, pembatasan pembelian tiket per akun, dan kampanye anti spekulasi. Edukasi mengenai jadwal penjualan dan ketentuan yang jelas juga dapat mengurangi rasa panik di kalangan penggemar.
- b. Bagi Platform Penjualan Tiket
Platform penjualan tiket perlu menyampaikan informasi secara tepat dan realtime, serta mengedukasi pengguna agar tidak tergesa-gesa mengambil keputusan hanya karena tekanan sosial atau ketakutan ketinggalan. Fitur pengingat atau notifikasi jadwal tiket, serta simulasi pembelian dapat membantu mengurangi *panic buying*.
- c. Bagi Penggemar (Khususnya Komunitas K-Pop)
Penggemar diharapkan untuk meningkatkan kesadaran akan dampak negatif *panic buying* terhadap diri sendiri maupun komunitas. Meskipun memiliki kecintaan terhadap idola, penting untuk tetap mempertimbangkan kondisi keuangan dan risiko



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penipuan, terutama saat membeli tiket dari pihak tidak resmi. Sikap rasional dalam mengambil keputusan pembelian adalah langkah bijak dalam menikmati hobi secara sehat.

d. Untuk Penelitian Selanjutnya

Disarankan agar penelitian berikutnya menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap *panic buying*, seperti pengaruh media sosial, *peer pressure* (tekanan teman sebaya), atau strategi pemasaran yang digunakan promotor. Selain itu, pendekatan kualitatif atau *mix-method* juga dapat digunakan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen di industri hiburan.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ajami, N. (2021). Populasi dan Sampel. *Implementation Science*, 39(1), 1–24.
- Agustanti, A. (2022). Fanatisme dan konformitas Korean Wave pada remaja. *Edu Consilium: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam*, 3(1), 51-65. <https://doi.org/10.19105/ec.v3i1.5326>
- Ardayan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., Anurogo, D., Ifadah, E., & Judijanto, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arif, A. M., Sakban, A., Mayasari, D., Saddam, Rejeki, S., & Nisa, H. (2023). Fanatisme dan Luntarnya Nilai Kebudayaan Gen Z: Dampak Trend K-Pop. *Seminar Nasional Paedagoria*, 3, 140–149.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., Darmawan, K., & Khairullah, M. N. (2022). Panic Buying Penyebab Terjadinya Impulse Buying Pada Pembelian Minyak Goreng. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 137–144.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Dillon, M. P. (2022). Pengaruh Perceived Scarcity, Kontrol Diri, Konformitas, Paparan Media, Dan Panic Buying Pada Masyarakat Di Jabodetabek. *Repository Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta*, 54–55.
- Forester, B. J., Idris, A., Khater, A., Afgani, M. W., Isnaini, M., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). *Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas Quantitative Research : Data Reliability Test*. 4(3), 1812–1820.
- Hamidin, D., Nathanael, G. K., Pangestuti, D. D., Yusuff, A. A., Latianingsih, N., Yusuf, R. M., & Mariam, I. (2023). *Technopreneur Digital Di Era Society 5.0*. TOHAR MEDIA.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Hidayat, T., Fitrianingrum, L., & Hudiwasono, K. (2021). Penerapan Prinsip Efektif dan Efisien dalam Pelaksanaan Monitoring Kegiatan Penelitian. *Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian Dan Pengembangan Kota Bandung*, 42–50.
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Kpop Di Semarang. *Jurnal EMPATI*, 11(1), 56–60. <https://doi.org/10.14710/empati.2022.33361>
- Indah, A. V., & Muqsith, A. (2021). Panic Buying: Konsumerisme Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19 Perspektif Psikoanalisis Jacques Lacan. *Jurnal Filsafat*, 31(1), 24. <https://doi.org/10.22146/jf.56722>
- Irdiana, S., Darmawan, K., & Ariyono, K. Y. (2021). Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid 19. *Conference on Economic and Business Innovation*, 1(1), 1297–1310.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Katiandagho, N. J., & Syarif Hidayatullah. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen*, 9(1), 13–27. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.5886>
- Latief, R. (2024). Analisis dampak perilaku fear of missing out (FoMO) di kalangan pengguna media sosial. *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Dan Penyuluhan Islam*, 11(1), 31–46.
- Lins, S., & Aquino, S. (2020). Development and initial psychometric properties of a panic buying scale during COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 6(9), e04746. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04746>
- Maharani, O. F. (2024). *Pengaruh fomo, strategi coping, dan konformitas teman sebaya terhadap adiksi media sosial pada dewasa awal*. Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mariam, I., Wartiningsih, E., Sofa, N., & Latianingsih, N. (2023). Optimalisasi Manajemen Pelayanan Staf Administrasi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Organisasi. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2(1), 80–89.
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of missing out: Practical decision-making in a world of overwhelming choice*. Sourcebooks, Inc.
- Mukhtar, A. D. R., & Rakhmaditya Dewi Noorizki. (2023). Fenomena Fear of Missing Out dalam Partisipasi Konser Musik di Kalangan Masyarakat Indonesia. *Flourishing Journal*, 3(7), 261–268. <https://doi.org/10.17977/um070v3i72023p261-268>
- Muzaki, W. (2024). *Pengaruh Narsisme , Fear Of Missing Out Dan Kesepian Terhadap Adiksi Media Sosial Oleh : 1445 H / 2024 M Pengaruh Narsisme , Fear Of Missing Out Dan Kesepian Terhadap Adiksi Media Sosial*.
- Natalia, D., & Huwae, A. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Panic Buying pada Kolektor Photocard Idol Kpop. *Journal Of Social Science Research*, 4, 10113–10122.
- Nissa, F. K. (2023). *Pengaruh Fanatisme, Konformitas Dan Kematangan Emosi Terhadap Agresivitas Verbal Penggemar K-Pop Di Media Sosial*.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Purba, D. S., Tarigan, V., & Tarigan, W. J. (2021). Analisis Kinerja PDAM Di Sumatera Utara Ditinjau Dari Aspek Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 200–218. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2542>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 125. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- Saadati, N., & Haryono, S. (2023). Panic Buying dalam Perspektif Islam: Studi Kasus Kelangkaan Minyak Goreng di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 937. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1168>
- Safanah, D. F. (2021). *Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo), Konformitas, Dan Kesenangan Berinternet Terhadap Perilaku Penggunaan Aplikasi Tiktok*. 29–30.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Savitri, J. A. (2019). Acta Psychologia Fear of Missing Out dan Kesejahteraan Psikologis Individu Pengguna Media Sosial di Usia Emerging Adulthood. *Acta Psychologia*, 1(1), 87–96.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer behavior : Buying, having, and being*. Allyn and Bacon.
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 5 ed.). CV ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. ALFABETA, Cv.
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). Penyusunan Data Primer Sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi Pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram Raci (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 35–44. <https://doi.org/10.36802/jnanaloka.2021.v2-no1-35-44>
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Swarjana, I. K., & Skm, M. P. H. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 3(17), 43.
- Wahyunindya, B. P., Silaen, S. M. J., & Diri, K. (2021). *Kontrol Diri Dengan Fear Of Missing Out Terhadap Kecanduan Media Sosial Pada Remaja*. 5(1), 51–58.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Klik Media.
- Widiawati, D., Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorcer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Tesla*, 1(1), 9–15.
- Widyastuti, P. (2020). Analisis Keputusan Pembelian: Fenomena Panic Buying Dan Service Convenience (Studi Pada Grocery Store Di Dki Jakarta). *Proceeding*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SENDIU, 583–591.

Wulandari, N. P., & Junaidi, J. (2024). Kesalahan mahasiswa non-matematika dalam melakukan uji normalitas. *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, 6(1), 323–328. <https://doi.org/10.29303/jm.v6i1.7204>

Yonatan, N. L., Untari, D. T., & Kuntadi, C. (2024). *Pengaruh Fanatisme Budaya Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Gabus*. 24(3), 207–214.

Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F., & Li, K. X. (2020). The psychological causes of panic buying following a health crisis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph17103513>





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN FANATISME TERHADAP *PANIC BUYING* TIKET KONSER K-POP (STUDI KASUS PADA KONSER SEVENTEEN RIGHT HERE DI JAKARTA)”

Dengan hormat,

Halo, Saya Dewi Stalastiana Mahasiswa dari Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Administrasi Bisnis Terapan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) Dan Fanatisme Terhadap *Panic Buying* Tiket Konser K-Pop (Studi Kasus Pada Konser Seventeen Right Here di Jakarta) “.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya mohon bantuan Saudara/i untuk berkenan meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner atas beberapa pernyataan terkait dengan penelitian ini. Adapun kriteria responden dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Merupakan penggemar Grup Seventeen
2. Telah menonton konser Seventeen Right Here di Jakarta
3. Berdomisili di Jabodetabek

Apapun yang Saudara/i jawab di kuesioner ini tidak ada jawaban yang salah, namun saya mohon agar Saudara/i menjawab semua pernyataan secara lengkap sesuai ketentuan dan sesuai dengan pengalaman anda. Atas perhatian dan waktu yang Saudara/i berikan untuk mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

Note: Semua informasi yang dicantumkan dijaga kerahasiaannya. Penelitian ini digunakan untuk tujuan ilmiah.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

I. Pertanyaan Screening

Isi dan pilih jawaban yang sesuai dengan diri anda.

- 1) Apakah anda merupakan penggemar *boygroup* Seventeen (CARAT)?
 - a) Ya
 - b) Tidak
- 2) Apakah anda membeli tiket konser Seventeen Right Here di Jakarta?
 - a) Ya
 - b) Tidak
- 3) Apakah anda berdomisili di wilayah Jabodetabek?
 - a) Ya
 - b) Tidak

Jika ketiga pertanyaan tersebut anda menjawab “**Ya**” silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya. Namun apabila terdapat jawaban “**Tidak**” berhenti disini, terima kasih.

II. Identitas Responden

- 1) Nama:
- 2) Jenis kelamin Anda:
 - a) Pria
 - b) Wanita
- 3) Usia Anda:
 - a) 17–20 tahun
 - b) 21–25 tahun
 - c) >25 tahun
- 4) Domisili Anda:
 - a) Jakarta
 - b) Bogor
 - c) Depok



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- d) Tangerang
- e) Bekasi

III. Petunjuk Pengisian

Silakan pilih satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda untuk setiap pernyataan, dengan menggunakan skala berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Diharapkan Anda tidak memilih lebih dari satu jawaban untuk setiap pernyataan.

Terima kasih atas partisipasi dan kerja sama Anda.

1) *Fear of Missing Out (FoMO)*

No	Pernyataan Indikator	SS	S	TS	STS
Kekhawatiran					
1	Saya tidak merasa khawatir lagi setelah tiket konser Seventeen berhasil saya dapatkan				
2	Saya merasa khawatir jika tertinggal informasi penjualan tiket konser Seventeen				
Kecemasan					
3	Saya bisa mengendalikan diri saat menunggu hasil pembelian tiket				
4	Saya merasa gelisah ketika memikirkan tiket konser Seventeen				
Ketakutan					
5	Saya yakin akan tetap punya kesempatan menikmati momen konser Seventeen				
6	Saya tetap bisa menikmati momen konser Seventeen melalui cerita teman atau media sosial				
Keinginan					
7	Saya menantikan kesempatan menyaksikan Seventeen secara langsung				
8	Saya merasa perlu hadir di konser agar tidak tertinggal pengalaman berharga				

2) *Fanatisme*

No	Pernyataan Indikator	SS	S	TS	STS
Antusias Ekstrem					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No	Pernyataan Indikator	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa sangat bahagia mendengar Seventeen akan konser di Jakarta				
2	Saya merasa antusias setiap kali memikirkan konser Seventeen				
3	Saya rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar demi tiket konser Seventeen, meskipun melebihi anggaran				
Keterikatan Emosi dan Rasa Cinta					
4	Saya kagum dan termotivasi untuk terus mendampingi perjalanan Seventeen sebagai penggemar				
5	Saya merasa sedih berlebihan jika tidak bisa hadir di konser mereka				
Durasi Jangka Panjang					
6	Saya sudah menjadi penggemar Seventeen sejak lama				
7	Saya tetap mendukung Seventeen walau beberapa anggota sedang hiatus				
Keyakinan Benar					
8	Saya dengan bangga menyebut diri saya penggemar Seventeen				
Membela Keyakinan					
9	Saya tidak ragu menjelaskan citra positif Seventeen kepada orang lain				

3) *Panic Buying*

No	Pernyataan Indikator	SS	S	TS	STS
Rasa Takut					
1	Saya yakin bisa mendapatkan tiket tanpa menggunakan jasa titip				
2	Saya percaya membeli tiket langsung lebih aman dan adil				
3	Saya takut tidak kebagian tiket jika tidak pakai jasa titip				
Rasa Cemas					
4	Saya mampu menjaga ketenangan selama proses pembelian tiket online				
5	Saya merasa panik dan stres saat tiket mulai dijual				
Perasaan Tidak Aman					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

No	Pernyataan Indikator	SS	S	TS	STS
6	Saya percaya proses pembelian tiket berlangsung adil				
7	Saya merasa tertekan karena harus bersaing dengan banyak orang				



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta