

ABSTRAK

Nama : Elizabeth Tirta Santoso
Program Studi : Kewirausahaan
Judul : Pengaruh Fanatisme, Desain, Manfaat dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Collaboration Merchandise*: Studi pada penggemar *Blackpink* di Indonesia.

Pasar konsumen Indonesia telah menjadi pusat perhatian industri hiburan global, terutama dalam konteks fenomena *K-Pop* yang menggemparkan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian penggemar *Blackpink* di Indonesia melalui fanatisme, desain, manfaat dan harga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan teknik survei sebagai cara pengumpulan data kepada konsumen yang berjumlah 204 responden. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen (fanatisme, desain, manfaat dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dengan mengamati fenomena secara objektif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fanatisme, desain, manfaat dan harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Blackpink Collaboration Merchandise*. Selain itu, terindikasi bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai hasil sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F sebesar 29.938 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap desain, fanatisme, manfaat dan harga terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama. Dalam pembuatan *collaboration merchandise* dengan *K-Pop*, khususnya *Blackpink*, diharapkan agar merek dapat mempertimbangkan keempat faktor tersebut dan merancang strategi dengan cermat.

Kata Kunci: *Fanatisme, Design, Manfaat, Harga, Collaboration Merchandise K-Pop, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

Name : Elizabeth Tirta Santoso
Study Program : Entrepreneurship
Title : The Influence of Fanaticism, Design, Benefits and Price on
Decisions Collaboration Merchandise Purchases: A Study
of Blackpink Fans in Indonesia.

The Indonesian consumer market has become the center of attention of the global entertainment industry, especially in the context of the shocking K-Pop phenomenon. This research aims to explain the factors that influence the purchasing decisions of Blackpink fans in Indonesia through fanaticism, design, benefits, and price. This research uses an explanatory quantitative approach with survey techniques to collect data from consumers, totaling 204 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression techniques to test the influence of independent variables (fanaticism, design, benefits, and price) on the dependent variable (purchasing decisions) by observing the phenomenon objectively. This research shows that fanaticism, design, benefits, and price positively influence purchasing decisions for Blackpink Collaboration Merchandise. Apart from that, it is indicated that all variables have a sig value of $0.000 < 0.05$ with an F value of 29,938, which means that there is a significant influence on design, fanaticism, benefits, and price purchasing decisions. When creating collaboration merchandise with K-Pop, especially Blackpink, brands can consider these four factors and design strategies carefully.

Keywords: *Fanaticism, Design, Benefits, Price, K-Pop Collaboration Merchandise, Purchase Decision.*