

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1.1 Fenomena <i>Korean Wave</i> di Indonesia .....	1
1.1.2 <i>Merchandise K-Pop</i> Penting dalam Industri Hiburan Korea Selatan ...	3
1.1.3 Kolaborasi <i>Merchandise</i> dengan Blackpink.....	5
1.1.4 Perilaku Pembelian <i>Merchandise</i> .....	8
1.2 Rumusan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Teori Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian .....	16
2.2.1 Cara Pengukuran Keputusan Pembelian.....	19
2.3 Teori Kolaborasi Produk ( <i>Co-Branding</i> ) .....	20
2.4 Desain Produk .....	21
2.4.1 Desain dalam <i>Merchandise</i> kolaborasi <i>K-Pop</i> .....	24
2.5 Fanatisme Penggemar <i>K-Pop</i> .....	26
2.5.1 Fanatisme terhadap Perilaku Konsumen .....	29
2.6 Manfaat terhadap Penggemar <i>K-Pop</i> .....	29
2.6.1 Klasifikasi Manfaat secara Emosional dan Fungsional .....	30
2.7 Harga terhadap Penggemar <i>K-Pop</i> dalam Pembelian <i>Merchandise</i> .....	31
2.7.1 Cara Pengukuran Harga.....	31
2.7.2 Strategi Penetapan Harga <i>Merchandise</i> .....	33

2.8 Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	35
2.8.1 Fanatisme dan Keputusan Pembelian .....	35
2.8.2 Desain Produk dan Keputusan Pembelian .....	35
2.8.3 Manfaat dan Keputusan Pembelian .....	36
2.8.4 Harga dan Keputusan Pembelian .....	37
2.9 Model Konseptual .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Desain Penelitian .....	39
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3 Populasi dan Sampel .....	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel .....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5 Lokasi Penelitian .....	49
3.6 Teknik Analisis Data .....	49
3.6.1 Analisis Data Eksplanatif .....	49
3.6.2 Uji Validitas .....	50
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	51
3.6.4 Uji Normalitas .....	51
3.6.5 Uji Multikolinearitas.....	51
3.6.6 Uji Heteroskedastisitas .....	51
3.6.7 Uji Koefisien Determinasi .....	52
3.6.8 Uji T (Parsial) .....	52
3.6.9 Uji Simultan (Uji F).....	53
3.6.10 Uji Cross Tabulation.....	53
3.7 Model Riset Operasional .....	53
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Analisis Deskriptif Pertanyaan Saringan.....	54
4.1.1 Penggemar Blackpink .....	54
4.1.2 Pembelian Blackpink <i>Collaboration Merchandise</i> .....	55
4.2 Analisis Deskriptif Pertanyaan Demografis .....	55
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	55
4.2.2 Usia Responden .....	56
4.2.3 Provinsi (Domisili) Responden.....	56
4.2.4 Pekerjaan Responden.....	57

4.2.5 Pendapatan Responden .....	58
4.2.6 Jenis Blackpink <i>Collaboration Merchandise</i> .....	58
4.3 Analisis Deskriptif Pertanyaan Perilaku.....	59
4.3.1 Kriteria <i>Collaboration Merchandise</i> yang dicari .....	59
4.3.2 Frekuensi Pembelian (Per bulan).....	60
4.3.3 Frekuensi Pengeluaran (Per transaksi).....	61
4.3.4 Platform Informasi Blackpink <i>Collaboration Merchandise</i> .....	61
4.3.5 Platform Pembelian Blackpink <i>Collaboration Merchandise</i> .....	62
4.3.6 Intensitas Pembelian Blackpink <i>Collaboration Merchandise</i> .....	63
4.3.7 Intensitas Pembelian Ulang Blackpink <i>Collaboration Merchandise</i> .	64
4.3.8 Pentingnya Pembelian Blackpink <i>Collaboration Merchandise</i> .....	64
4.4 Uji Validitas Data .....	65
4.5 Uji Reliabilitas Data .....	67
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	67
4.6.1 Uji Normalitas .....	67
4.6.2 Uji Multikolonieratias.....	68
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	69
4.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.7.1 Uji Koefisien Determinasi .....	71
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	72
4.7.3 Uji Parsial (Uji T) .....	73
4.8 Uji Crosstabulation .....	75
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.9.1 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.9.2 Pengaruh Fanatisme terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.9.3 Pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Pembelian .....	79
4.9.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.10 Pengaruh Keseluruhan Variabel terhadap Keputusan Pembelian .....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran .....	85
5.2.1 Pengusaha atau <i>Brand</i> .....	85
5.2.2 Penelitian Selanjutnya .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	88