

**PENGARUH *FAN BEHAVIOUR* TERHADAP *IMPULSIVE*
BUYING DAN *STICKINESS* PADA *FANDOM ANIME*:
PERAN MODERASI *EMOTIONAL ATTACHMENT***

Aisyah Miya Fazira

1705622045



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

**PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***THE INFLUENCE OF FAN BEHAVIOUR TO IMPULSIVE
BUYING AND STICKINESS IN ANIME FANDOM:
MODERATION EFFECT OF EMOTIONAL ATTACHMENT***

Aisyah Miya Fazira

1705622045



***This thesis is submitted as one of the requirements to obtain a
Bachelor's Degree in Management at the Faculty of Economics
and Business, Universitas Negeri Jakarta***

BACHELOR'S STUDY PROGRAM IN MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

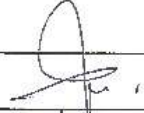
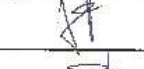
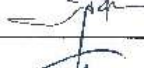
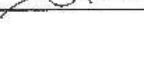
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

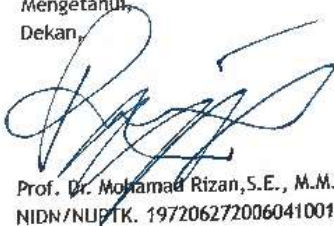
Nama Mahasiswa : Aisyah Miya Fazira
NIM : 1705622045
Program Studi/Fakultas : S1 Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Fan Behaviour* Terhadap *Impulsive Buying*
Pada *Fandom Anime: Pengaruh Moderasi Emotional Attachment*

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus** Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 21 Juli 2026

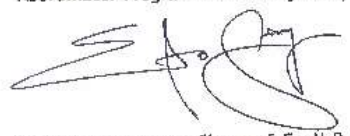
Tim Penguji,

Ketua Penguji	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D	
	NIP 197412021200812001	
Penguji 1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A.	
	NIP 197701112008122003	
Penguji 2	Prima Andriani, S.E., M, Sc	
	NIP 199401072024062001	
Pembimbing 1	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M	
	NIP 199308272020122024	
Pembimbing 2	Meta Bara Berutu, S.E., M.M.	
	NIP 199409222022032012	

Mengetahui,
Dekan,


Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M.
NIDN/NUPTK. 197206272006041001

Koordinator Program Studi Manajemen,


Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.
NIDN/NUPTK. 197201252002121002

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.uni.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aisyah Miya Fazira
NIM : 1705622045
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Alamat email : aisyahmifa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Fan Behaviour Terhadap Impulsive Buying Dan Stickiness Pada Fandom Anime:

Pengaruh Moderasi Emotional Attachment

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juli 2026

Penulis


(Aisyah Miya Fazira)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Aisyah Miya Fazira
NIM : 1705622045
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh *Fan Behaviour* Terhadap *Impulsive Buying* Dan *Stickiness*
Pada *Fandom Anime*: Peran Moderasi *Emotional Attachment*

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 30 Juli 2026

Yang menyatakan,


Aisyah Miya Fazira
NIM. 1705622045

ABSTRAK

Aisyah Miya Fazira: “Pengaruh *Fan Behaviour* Terhadap *Impulsive Buying* Dan *Stickiness* Pada *Fandom Anime*: Pengaruh Moderasi *Emotional Attachment*” Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dewi Agustin Pratama Sari S.E, M.S.M dan Meta Bara Berutu, S.E., M.M.

Fenomena perkembangan *fandom* anime yang semakin pesat tidak hanya mendorong terbentuknya komunitas penggemar yang aktif, tetapi juga memengaruhi perilaku konsumsi dan keterlibatan penggemar terhadap berbagai aktivitas maupun produk yang berkaitan dengan anime. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggemar dalam konteks *fandom* anime. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *fan behaviour* terhadap *impulsive buying* dan *stickiness* serta pengaruh moderasi *emotional attachment*. Penelitian ini bersifat asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner secara daring, deskriptif dalam penyajian, serta analisis statistik *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung aktif *event* Comic Frontier (Comifuro) yang berpartisipasi sebagai pembeli atau pengunjung minimal 2 kali dalam 5 tahun terakhir berusia diatas 17 tahun. Penelitian ini menggunakan sejumlah 220 responden dengan perangkat lunak SMART PLS 4 sebagai alat pengolahan datanya. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *fan behaviour* berpengaruh positif terhadap *impulsive buying* dan *stickiness*, sedangkan *emotional attachment* terbukti tidak memoderasi hubungan keduanya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan hasil tersebut sebagai referensi untuk memperdalam pemahaman tentang bidang serupa.

Kata Kunci: *emotional attachment, fan behaviour, fandom, impulsive buying, stickiness,*

ABSTRACT

Aisyah Miya Fazira: “The Influence of Fan Behaviour on Impulsive Buying and Stickiness in Anime Fandom: The Moderating Role of Emotional Attachment” Undergraduate Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Supervisors: Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M., and Meta Bara Berutu, S.E., M.M.

The phenomenon of the increasingly rapid development of anime fandom not only promotes the formation of active fan communities, but also influences fan consumption behavior and engagement with various activities and products related to anime. Therefore, this study is conducted to provide an understanding of the factors that influence fan behavior in the context of anime fandom. This study aims to analyze the influence of fan behavior on impulsive buying and stickiness, as well as the moderating effect of emotional attachment. This research is associative in nature, using a quantitative approach. Data collection was conducted through the distribution of online questionnaires, presented descriptively, and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The subjects of this study are active visitors of the Comic Frontier (Comifuro) event who have participated as buyers or visitors at least twice in the past five years and are over 17 years old. This study involved 220 respondents, with SMART PLS 4 software used as the data processing tool. The results of this study indicate that fan behavior has a positive effect on impulsive buying and stickiness, whereas emotional attachment was found not to moderate the relationship between the two. Further research is expected to use these results as a reference to deepen understanding of similar fields.

Keywords: *emotional attachment, fan behaviour, fandom, impulsive buying, stickiness,*

LEMBAR PERSEMBAHAN

MOTTO

“Siapa yang mengharapkan pertemuan dengan Tuhannya hendaklah melakukan amal saleh dan tidak menjadikan apa dan siapa pun sebagai sekutu dalam beribadah kepada Tuhannya.”

(QS Al-Kahf: 110)

"If only some people can have it, that's not happiness. Happiness is something anyone can achieve."

(Principal, from: Monster (2023))

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas limpahan dan karunia-Nya, skripsi ini peneliti persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Dukseno dan Ibu Pramiyatun, yang senantiasa menjadi sumber doa dalam setiap langkah kehidupan peneliti. Kepada Bapak Hartoyo dan Ibu Eni sebagai wali yang sudah mendukung secara material dan memfasilitasi segala keperluan selama masa studi peneliti. Serta seluruh teman-teman yang selalu memberikan pertolongan dan kasih sayang yang terus menguatkan dalam proses ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas ilmu, bimbingan, dan dukungan selama masa perkuliahan. Semoga karya ini menjadi langkah awal yang bermanfaat dalam perjalanan akademik dan kehidupan di masa depan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan rahmat-Nya yang melimpah, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Fan Behaviour* terhadap *Impulsive Buying* dan *Stickiness* pada *Fandom Anime*: Pengaruh Moderasi *Emotional Attachment*”. Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menerima arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M sebagai dosen pembimbing I memberikan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan, dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Darma Rika Swaramarinda, S. Pd., M. S.E., Ph. D sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A sebagai Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya dosen-dosen Program Studi Manajemen, atas ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
7. Bapak Dukseno dan Ibu Pramiyatun, sebagai orang tua yang senantiasa menjadi sumber doa dalam setiap langkah kehidupan peneliti.
8. Bapak Hartoyo dan Ibu Eni sebagai wali yang sudah mendukung secara material dan memfasilitasi segala keperluan selama masa studi peneliti.

9. Nona Illuxien yang bersedia memberikan begitu banyak dukungan dan bantuan yang tak ternilai dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman FE UNJ yang saya temui selama perjalanan mengerjakan skripsi yang bersedia memberikan bantuan, dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Pihak-pihak lain yang terlibat dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu. Dengan bantuan semua pihak yang telah disebutkan di atas, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti berharap untuk menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi terciptanya skripsi yang lebih baik di masa mendatang.

Jakarta, 30 Juli 2026

Aisyah Miya Fazira



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	III
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	IV
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	V
ABSTRAK	VI
<i>ABSTRACT</i>	VII
LEMBAR PERSEMBAHAN	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR TABEL	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	27
1.3 Tujuan Penelitian.....	27
1.4 Manfaat Penelitian.....	27
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	27
1.4.2 Manfaat Praktis	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA	29
2.1 Teori Pendukung	29
2.1.1 Teori Identitas Sosial	29
2.1.2 <i>Impulsive Buying</i>	31
2.1.3 <i>Stickiness</i>	34
2.1.4 <i>Fan Behaviour</i>	36
2.1.5 <i>Emotional Attachment</i>	39

2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	49
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	49
2.3.2 Kerangka Teori	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	58
3.2 Desain Penelitian.....	58
3.3 Populasi dan Sampel	59
3.3.1 Populasi.....	59
3.3.2 Sampel	59
3.4 Instrumen Penelitian.....	60
3.4.1 Variabel Penelitian.....	60
3.4.2 Operasional Variabel	61
3.4.3 Skala Pengukuran	67
3.5 Teknik Pengumpulan Data	68
3.6 Teknik Analisis Data	69
3.6.1 Uji Validitas.....	70
3.6.2 Uji Reliabilitas	71
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	72
3.6.4 Uji Hipotesis	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Deskripsi Data	77
4.1.1 Profil Responden.....	78
4.1.2 Analisis Deskriptif	84
4.2 Hasil Pengujian Dan Pembahasan	90

4.2.1 Uji Validitas Konvergen	91
4.2.2 Uji Validitas Diskriminan	95
4.2.3 Uji Reliabilitas	98
4.2.4 Uji Kelayakan Model	99
4.2.5 Uji Hipotesis	101
4.2.6 Pembahasan	102
BAB V PENUTUP	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Implikasi	109
5.2.1 Implikasi Teoritis	109
5.2.2 Implikasi Praktis	110
5.3 Keterbatasan Penelitian	112
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	112
DAFTAR PUSTAKA	114
INSTRUMEN PENELITIAN	122
LAMPIRAN	127
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	176

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 negara dengan penonton anime terbesar di dunia	18
Gambar 1. 3 Grafik penjualan album K-pop 2013-2024	20
Gambar 1. 4 Cuitan pengguna Twitter yang merasa impulsif dan membagikan hasil belanjanya setelah mengunjungi comifuro.....	24
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	57
Gambar IV. 1 Model Struktur Uji Hipotesis.....	101



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel <i>Impulsive Buying</i>	62
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel <i>Stickiness</i>	63
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel <i>Fan Behaviour</i>	65
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel <i>Emotional Attachment</i>	66
Tabel 3. 6 Skala Likert	67
Tabel 4. 1 Tahun Kehadiran Responden	77
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 3 Profil Resonden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	81
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan	82
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	83
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying</i>	85
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Stickiness</i>	86
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Fan Behaviour</i>	88
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Emotional Attachment</i>	89
Tabel 4. 12 Hasl Uji Outer Loading Sebelum Modifikasi	91
Tabel 4. 13 Hasil Uji Outer Loading Setelah Modifikasi	92
Tabel 4. 14 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	94
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	95
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Cross Loading.....	96

Tabel 4. 17 Hasil Uji Fornell-Lacker.....	97
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas	98
Tabel 4. 19 Hasil Uji R-Square	99
Tabel 4. 20 Hasil Uji F-Square.....	100
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis	101

