

## BAB V

### PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

#### 1.1. Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah ada pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif, tingkat fanatisme serta perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-pop di Karawang. Dalam penelitian ini teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik sampling kuota, yaitu dengan mengambil sampel sebanyak jumlah tertentu yang dianggap dalam merefleksikan ciri populasi dengan batas yang ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas penggemar K-pop di Karawang sebanyak 500 orang yang bergabung di *group chat / whatsapp* dengan pengambilan sampel penelitian sebanyak 205 orang yang diambil berdasarkan tabel *Isaac dan Michael* dengan taraf kesalahan 5%.

Setelah data terkumpul kemudian dilakukannya pengujian untuk analisis data pada setiap skala. Dari hasil analisis yang ada pada rumusan masalah dalam penelitian ini didapatkan bahwa adanya pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-pop di Karawang dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Miftahul Jannah (2014) yang menyatakan bahwa dalam karakteristik ketiga yang dikemukakan oleh Thorne & Bruner yaitu keinginan untuk memperoleh segala sesuatu yang berkaitan dengan objek dan mengekspresikan diri mereka kepada idolanya, yang dimana para penggemar tersebut berkeinginan untuk memperoleh

serta mengoleksi sesuatu yang berhubungan dengan idolanya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif. Hasil analisis data uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh yang disumbangkan oleh variabel fanatisme terhadap perilaku konsumtif sebesar 50,1 % ( $R^2 = 0,501$ ) dan 49,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Analisis skala fanatisme didominasi kategori rendah dengan sebanyak 104 orang dengan persentase 48%, 76 orang dengan kategori sedang dengan persentase 35% dan 35 orang dengan kategori tinggi dengan persentase 16%. Menurut Goddard (dalam Eliani dkk, 2018) fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya. Fanatisme biasanya menjadi hal yang positif dan bisa juga menjadi sesuatu hal yang negatif. Sebanyak 104 orang dengan persentase 48%, responden dengan fanatisme rendah, hal ini mengindikasikan bahwa responden dengan fanatisme yang rendah mengindikasikan kurangnya suatu keyakinan terhadap suatu objek tertentu, sedangkan responden yang memiliki fanatisme sedang yakni mengindikasikan cukupnya keyakinan terhadap suatu objek tertentu, dan responden fanatisme yang tinggi mengindikasikan memiliki keyakinan yang amat kepada suatu objek.

Analisis skala perilaku konsumtif didominasi kategori rendah sebanyak 111 orang dengan persentase 52%, kategori sedang sebanyak 71 orang dengan persentase 33%, dan kategori tinggi sebanyak 33 orang dengan persentase 15%.

Tambunan (dalam Dikria & Mintarti, 2016) perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Dalam hal ini mengindikasikan bahwa sebanyak 111 responden membeli produk-produk idolanya dengan sesuai kebutuhannya, sedangkan responden pada kategori sedang mengindikasikan bahwa para responden sering membeli produk-produk idolanya yang tidak sesuai dengan kebutuhannya, dan responden kategori tinggi mengindikasikan bahwa responden tersebut terus menerus membeli produk-produk idolanya yang tidak sesuai dengan kebutuhannya.

## 1.2. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang diatas dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Tingkat fanatisme pada komunitas penggemar K-pop di Karawang memiliki tingkat fanatisme yang rendah, hal ini dibuktikan dari uji kategorisasi yaitu terdapat 104 dari 215 orang dengan persentase 48% didalam kategori tingkat fanatisme yang rendah.
2. Tingkat perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-pop di Karawang menunjukkan dalam tingkat yang rendah, hal ini dibuktikan bahwa sebanyak 111 dari 215 orang atau 52% penggemar didalam kategori tingkat yang rendah.
3. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-pop di Karawang, dibuktikan dengan

nilai signifikannya  $0,000 < 0,05$ , maka hipotesis penelitian ini  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pengaruh yang disumbangkan oleh variabel fanatisme terhadap perilaku konsumtif sebesar 50,1 % ( $R^2 = 0,501$ ) dan 49,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

### 1.3. Saran

Berdasarkan hasil data yang telah dianalisis dan pengalaman yang dialami, maka dimiliki beberapa saran antara lain :

#### 1. Bagi Komunitas Penggemar K-pop

Hasil dari data yang diperoleh dan dianalisis membuktikan bahwa terdapat pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada komunitas K-pop di Karawang. Sehingga diharapkan untuk para anggota dikomunitas tersebut tetap pada keyakinannya terhadap suatu objek tertentu dengan taraf yang normal sehingga untuk tidak membeli produk-produk idolanya dengan batas yang tidak wajar dan tidak sesuai kebutuhan yang ada.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel-variabel lain seperti kontrol diri, konformita dan lain sebagainya yang masih terdaat pengaruhnya dengan perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-pop. Hal ini dikarenakan variabel fanatisme menyumbangkan 50,1 % pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.