

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terdapat data dengan jumlah responden sebanyak 204 yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel konformitas terhadap variabel perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop dalam pembelian *merchandise* di Karawang dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,05$ yang artinya hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Semakin tinggi konformitas pada penggemar K-Pop maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise*, sebaliknya semakin rendah konformitas penggemar K-Pop maka semakin rendah pula perilaku konsumtif penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise*. Besaran pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian *merchandise* pada penggemar K-Pop di Karawang sebesar 42,2% dan sisanya sebesar 57,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, dan keluarga. Sedangkan, faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, dan gaya hidup.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang penulis sampaikan. Saran tersebut diantaranya yaitu:

1. Bagi Responden Penelitian

Sebaiknya penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise* harus dilakukan secara tidak berlebihan atau dilakukan sewajarnya dengan harga terjangkau sesuai dengan kemampuan finansial. Para penggemar sebelum membeli *merchandise* alangkah baiknya harus mempertimbangkan terlebih dahulu manfaatnya dan tidak membeli hanya karena ingin diterima oleh suatu kelompok. Jika tidak mempertimbangkannya akan terjadi pemborosan dalam keuangan yang berujung berperilaku konsumtif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan lebih besar dalam mengambil sampel penelitian, menambahkan variabel tambahan untuk melihat hasil atau temuan yang berbeda mengenai konformitas atau perilaku konsumtif. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, dan keluarga. Sedangkan, faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, dan gaya hidup.