

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan tentang pengaruh loyalitas K-Pop terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan dengan 100 responden, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

- **Loyalitas K-Pop atas *Photocard* NCT di Komunitas NCT Indonesia**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai Loyalitas K-Pop di Komunitas NCT Indonesia didapatkan rata – rata sebesar 4,92 yang berada di rentang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa *fans* NCT umumnya puas dan loyal terhadap *photocard* NCT serta merasa senang untuk merekomendasikan dan membicarakan hal positif tentang produk ini. Maka secara keseluruhan *fans* NCT memiliki loyalitas atas *photocard* NCT.

- **Perilaku Konsumtif di Komunitas NCT Indonesia**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai Perilaku Konsumtif di Komunitas NCT Indonesia didapatkan rata – rata sebesar 4,46 yang berada di rentang setuju. Hal ini menunjukkan *fans* NCT cenderung membeli *photocard* NCT bukan karena kebutuhan atau fungsinya, tetapi untuk kesenangan pribadi dan kebahagiaan. Kemudian, pembelian ini memberikan kepuasan dan rasa bahagia setelahnya. Mereka juga setuju bahwa pembelian dilakukan tanpa banyak pertimbangan dan sebagai bentuk validasi sebagai *fans*. Namun, mereka menganggap *photocard* NCT kurang berperan sebagai penunjang gaya hidup. Maka dari itu, secara keseluruhan *fans* NCT memiliki perilaku konsumtif terhadap *photocard* NCT.

- **Pengaruh Loyalitas K-Pop atas *Photocard* NCT terhadap Perilaku Konsumtif di Komunitas NCT Indonesia**

Berdasarkan uji parsial dengan Uji t, ditemukan bahwa Loyalitas K-Pop atas *photocard* NCT berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Nilai T hitung adalah 6,085 dan nilai T tabel adalah 1,984, sehingga karena $6,085 > 1,984$, variabel ini memiliki pengaruh signifikan secara individual.

Selain itu, nilai signifikansi adalah 0,001 yang dimana ini lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Loyalitas K-Pop atas *photocard* NCT berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Besarnya pengaruh tersebut adalah 0,963 atau 96,3%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

5.1 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat penulis ajukan yaitu:

1. Agensi Memberikan Program *Loyalty*

Agensi dapat memberikan reward seperti diskon produk favorit atau penawaran eksklusif. Selain itu, agensi juga dapat membuat program loyalitas berjenjang dengan peningkatan manfaat untuk mendorong peningkatan pembelanjaan dan menawarkan diskon khusus atau barang gratis pada hari ulang tahun pelanggan untuk membuat mereka merasa dihargai dan senang.

2. Agensi Menjual *Merchandise* Baru

Agensi dapat membuat rangkaian item atau set edisi terbatas yang hanya bisa didapatkan oleh beberapa orang. Kemudian, agensi dapat juga ide seperti menawarkan penawaran waktu terbatas untuk barang-barang eksklusif untuk membangun rasa urgensi dan membiarkan para *fans* memesan *merchandise* baru.

3. Pengelola Komunitas Mengadakan Event

Pengelolaan Komunitas NCT dapat mengadakan acara khusus seperti *bazar* yang fokus pada *photocard* NCT yang dapat berisikan para *fans* dapat menjual atau membeli *photocard* – *photocard* NCT. Acara ini dapat meningkatkan loyalitas fans dan membangun komunikasi yang aktif antara komunitas dan penggemar melalui media sosial untuk memperkuat ikatan dan loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. H. (2019). *KOREAN WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Adryamarthanino, V., & Indriawati, T. (2023, March). Sejarah K-Pop Idol, dari Era Changga hingga Ketenaran BLACKPINK Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Sejarah K-Pop Idol, dari Era Changga hingga Ketenaran BLACKPINK.” *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/stori/read/2023/03/17/150000579/sejarah-k-pop-idol-dari-era-changga-hingga-ketenaran-blackpink?page=all>
- Ahdiat, A. (2022, September). *Apa Merchandise Idol Korea yang Paling Laku di Indonesia?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/07/apa-merchandise-idol-korea-yang-paling-laku-di-indonesia>
- Andadini, T. A. S., & Darmawanti, I. (2022). Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Celebrity Worship Syndrome pada Komunitas NCTZEN Dewasa Awal. *Jurnal Penelitian Psikologi, 10*.
- Andriani, A., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Variations, Korean Wave, and Electronic Word of Mouth On NCT’s K-Pop Merchandise Purchase Decisions on Twitter Social Media In DKI Jakarta. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science, 3*(3).
- Aqila, V. (2020). *Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Kelompok Arisan Cafe UMA 84*. Universitas Medan Area.
- Asrofi, M. Z. (2021). TREND BUDAYA K-POP DI KALANGAN REMAJA INDONESIA: BTS MEAL HINGGA FANATISME. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion. *E-Jurnal Apresiasi Ekonom, 9*.

- Chandra, P. (2023, September). 6 Ide Bisnis Untuk Kpopers, Bisa Jadi Cuan Yang Menguntungkan. *Akurat.Co*. <https://www.akurat.co/trend/1302964149/6-ide-bisnis-untuk-kpopers-bisa-jadi-cuan-yang-menguntungkan>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayti, Y., Tambunan, H., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gerbang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Fijianti, A., Setiani, P. P., Arsyad, M. N., Agustin, A., & Badar, A. (2023). Gaya Hidup Fanatisme Komunitas Cypher Army Malang. *Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, Dan Sosial Budaya*, 29.
- fomu.co.id. (2024, February). *11 Jenis Merchandise Kpop Paling di Minati, Kpopers Wajib Punya!* <https://fomu.co.id/jenis-merchandise-kpop/>
- Hanifah, N. N. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Loyalitas Army, Dan Kredibilitas Bts Sebagai Brand Ambassador Tokopedia Terhadap Perilaku Konsumtif*.
- Hardani, Sukmana, D. J., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Group.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *Journal of Applied Business and Economic*.
- instaprint.id. (2021, December). *Merchandise Yang Paling Diminati Untuk Idol*. <https://instaprint.id/blog/merchandise-yang-paling-diminati-untuk-idol/>
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Elsevier*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing NINETEENTH EDITION*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth Edition*. Pearson.
- Kumar, Leone, R., Aaker, D., & Day, G. (2018). *Marketing Research (Thirteenth)*.

- Lase, A. Y. P. (2019). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal*.
- Mai, S., & Cuong, T. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance*, 8.
- Masito, R. A., & Saino. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Air Minum Chees 9Studi PT. Atlantic Birurraya) . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9.
- Mujahidah, N. (2022). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar)*.
- Mutaali, W. O. (2019). *Fanatisme Pada Penikmat Musik Metal*. Universitas Muhammdiyah Surakarta.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5.
- Neti, U., Urfah, M., & Syahrudin, H. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*.
- Nilawanti, L. (2023, June). Begini Sejarah dan Perkembangan K-Pop Hingga Sepopuler Sekarang. *Kompas.Com*. <https://buku.kompas.com/read/4212/begini-sejarah-dan-perkembangan-k-pop-hingga-sepopuler-sekarang>
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia. *Journal Lontar*9.
- Riona, J., & Krisdinanto, N. (2021). *Ketika Fans “Menikahi” Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantatif* . deepublish.

- Santiana, E., Juwita, R., & Dwivayani, K. D. (2023). DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DANCE COVER KPOP CRUSH. *EJournal Ilmu Komunikasi*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Reserach Methods for Business* (Seventh). Wiley.
- Shalihah, A. A. S. R. J. dan A. A. H., Juwita, R. J., & Hetami, A. A. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Membangin Loyalitas Konsumen Pada Kopiria. *EJournal Llmu Komunikasi*.
- Shoffa. Annisa Fa'ila. (2023). *HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PENGGEMAR K-POP DI SEMARANG*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Sonatasia, D., Onardi, & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis* .
- Suzuda Pohan, F., Ekonomi dan Bisnis, F., & Trilogi Zida Fajar Aulia Manajemen, U. (2019). *Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas konsumen Tokopedia*. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2
- Syahida, L. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Gunahumas Jurnal Kehumasan*, 4.
- Syarifudin. (2019). *CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN “Kajian Terkait Pengaruh Pelayanan Hotel di Kabupaten Aceh Tengah”* (M. Ramadhan & B. Rahman, Eds.). Unimal Press.
- Ulfa, R. (2021). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* .
- Wahyudi, R. W., & Budiarti, A. (2020). Kualitas Pelayanan dan Promos Terhadap Loyalitas Konsumen dimediasi Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (PERSERO) di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemene*.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.

Wulandari, K., Sugandi, & Hairunnisa. (2023). Interaksi Parasosial Dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.