

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat indikasi perilaku konsumtif dan tidak terdapat dorongan dari lingkungan komunitas terhadap tingkah laku responden penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise* di Kota Purwokerto. Responden penggemar K-Pop membeli *merchandise* secara rutin sesuai dengan jadwal rilis yang telah ditentukan oleh perusahaan yang menaungi idola K-Pop. Setiap beberapa bulan sekali, idola K-Pop melakukan masa *comeback* dengan merilis album baru. Perilaku konsumtif responden penggemar K-Pop sangat ditentukan oleh agensi idola K-Pop yang merilis *merchandise* tersebut. Pengeluaran responden penggemar K-Pop dalam kurun waktu satu bulan berkisar kurang dari Rp. 300.000. *Merchandise* yang paling sering dibeli pada urutan pertama berupa album dan di urutan kedua berupa *photocard*. Album menjadi *merchandise* yang paling banyak dibeli karena di dalamnya terdapat *merchandise* lain seperti *photocard*, *photobook*, dan poster. Selain itu, responden penggemar K-Pop membeli *merchandise* karena tergiur dengan hadiah yang didapat, membeli *merchandise* karena desain kemasan yang menarik, membeli *merchandise* karena bentuk yang menarik dan unik, dan membeli *merchandise* karena kemasan bergambar wajah idola.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka rekomendasi yang dapat diberikan dalam penelitian adalah agar para penggemar K-Pop melakukan pembelian produk atau *merchandise* idola mereka sebijak mungkin dengan mempertimbangkan harga, fungsi, dan kualitas barang. Diharapkan antar sesama penggemar K-Pop melakukan sosialisasi sesuai dengan penelitian perilaku konsumtif penggemar K-Pop, agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif melakukan pembelian produk atau *merchandise* yang disebabkan karena keinginan semata. Rekomendasi bagi masyarakat dan penelitian yang akan datang adalah diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan

menambah wawasan mengenai kegiatan membeli *merchandise* yang dilakukan oleh penggemar K-Pop.

