

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan pada Bab 4 yaitu analisa faktor-faktor perilaku konsumtif penggemar *K-pop* terbentuk 5 faktor, yaitu faktor preferensi belanja terdiri dari variabel x_6 (kebiasaan belanja) dan x_7 (ketersediaan produk). Faktor keterhubungan emosional terdiri dari variabel x_3 (keterhubungan emosional). Faktor nilai dan estetika produk terdiri dari variabel x_1 (harga) dan x_2 (kualitas dan *design* produk). Faktor eksklusivitas produk terdiri dari variabel x_4 (eksklusivitas produk) dan faktor media sosial terdiri dari variabel x_5 (media sosial).

5.2 Saran

Tugas akhir ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif penggemar *K-pop* dalam membeli *merchandise* dengan menggunakan metode Analisis Faktor. Pada penelitian ini, penulis memperoleh lima faktor. Bagi para pembaca, penulis menyarankan untuk menganalisis faktor-faktor yang diperoleh dengan menggunakan metode *Analysis of Variance* (ANOVA) Faktorial jika ingin melihat kombinasi dari faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif atau metode *Structural Equation Modeling* (SEM) jika ingin mengetahui hubungan antar faktor dan bagaimana faktor-faktor tersebut saling mempengaruhi.