

## **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.