

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya tentang pengaruh fanatisme dan loyalitas terhadap perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur dengan besaran kontribusi sebesar 7%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi fanatisme maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur berada pada kategori yang sedang yang ditunjukkan pada sikap pribadi yang antusias dengan *update* aktivitas idolanya.
2. Terdapat pengaruh loyalitas terhadap perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur dengan besaran kontribusi sebesar 24%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi loyalitas maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa

Timur berada pada kategori yang di tunjukkan dari sikap pribadi yang komitmen terhadap produk/jasa yang sama secara berkala.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara fanatisme dan loyalitas terhadap perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur. Adapun besar kontribusi pengaruh fanatisme dan loyalitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 30.8% sedangkan besar pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif yang ditimbulkan oleh faktor lain sebesar 69.2%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh bersama-sama fanatisme dan loyalitas terhadap perilaku konsumtif dengan nilai F sebesar 18.209 dan signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa fanatisme dan loyalitas secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif pembelian *merchandise* K-Pop pada mahasiswa penggemar EXO di Jawa Timur.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi penggemar K-Pop

Peneliti berharap dengan berkembangnya budaya *Korean Pop* di Indonesia, penggemar tidak perlu berlebihan dalam membangga-banggakan *idol* nya sehingga membuat seseorang buta demi mempertahankan

keyakinan yang dianutnya. Maka dari itu penggemar harus bisa mengontrol diri agar tidak menjadi penggemar yang fanatik.

2. Bagi Mahasiswa

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan wawasan dan pengetahuan tentang fanatisme, loyalitas dan perilaku konsumtif. Khususnya bagi mahasiswa Psikologi Islam UIT Lirboyo Kediri. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, apabila mendapatkan seorang klien yang fanatik terhadap idolanya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya yang tertarik dengan hal yang sama dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggali lebih dalam lagi dan memperluas cakupannya, seperti meneliti komunitas-komunitas penggemar K-Pop lain yang ada di Jawa Timur yang tidak hanya terbatas pada sikap fanatisme, loyalitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa saja. Selain itu, dapat menambah variabel lain agar dapat mengungkapkan masalah lain yang ada pada penggemar K-Pop, seperti perilaku imitasi, gaya hidup, gaya berpakaian, kemampuan mengelola emosi, perilaku *selective exposure* di media sosial dan lain sebagainya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti berharap peneliti selanjutnya agar lebih luas cakupannya dalam mengidentifikasi dan melakukan penelitian yang akan datang agar menyempurnakan kekurangan dari hasil penelitian ini.