

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data yang berkaitan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada variabel X yaitu gaya hidup komunitas BTS Surabaya dapat diketahui bahwa dari 123 responden sebanyak 88 responden (71,5%) memperoleh kategori tinggi.
2. Pada variabel Y yaitu keputusan pembelian merchandise BTS dapat diketahui bahwa dari 123 responden sebanyak 92 responden (74,8%) memperoleh kategori tinggi.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian merchandise BTS pada komunitas BTS Surabaya. Hal tersebut dapat dilihat pada uji korelasi pearson dimana pada uji tersebut mendapatkan nilai korelasi 0,69 dengan nilai signifikan 0,00. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa keduanya memiliki tingkat korelasi yang kuat. Lalu pada uji regresi sederhana diperoleh persamaan $Y = 12,118 + 0,753X$. kemudian untuk koefisien determinasi atau R Square mendapatkan nilai sebesar 0,476, yang berarti bahwa pengaruh gaya hidup pada keputusan pembelian merchandise BTS adalah sebesar 47,6%. Sedangkan sisanya sebesar

52,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti ingin memberikan saran atau masukan agar dapat dijadikan bahan evaluasi. Adapun sarannya sebagai berikut :

1. Bagi pemilik usaha / bisnis *mercahandise* kpop

Mengelola bisnis yang berhubungan dengan official merchandise kpop tidaklah mudah. Lokasi pemasok yang berasal dari luar negeri sehingga mengharuskan untuk mengimpor barang langsung dari korea membuat penjual harus memiliki modal yang cukup. Tetapi melihat hasil penelitian di atas gaya hidup dan keputusan pembelian merchandise BTS berada pada tingkat yang tinggi. Penelitian ini hanya berfokus pada 1 grup saja, yaitu BTS sedangkan Kpop memiliki banyak artis. Jika penjual mampu menjual semua merchandise dari semua grup Kpop tentu akan sangat menguntungkan. Terlebih lagi Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penggemar Kpop terbesar di dunia.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dari penelitian ini didapat bahwa pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian merchandise BTS pada komunitas BTS Surabaya adalah sebesar 47,6% dimana sebesar 52,4% disebabkan oleh faktor lain. Dengan begitu peneliti berhadapan untuk peneliti selanjutnya dapat menemukan faktor lain penyebab keputusan pembelian tersebut.

