

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis faktor yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa kumpulan variabel-variabel telah layak dan dapat diterapkan untuk diproses lebih lanjut, karena menunjukkan angka signifikan yang sangat nyata.
2. Berdasarkan analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli merchandise BT21 dari kelima faktor yang teridentifikasi atau diketahui adalah indikator dari variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Setelah dilakukan analisis faktor dengan menggunakan SPSS versi 20, maka terbentuk lima (5) faktor-faktor baru yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli Merchandise BT21 antara lain, yaitu:
 - a. Faktor I yaitu **Faktor Kualitas dan Kepuasan** yang terbentuk dari variabel:

- 1) Hobi (X11)
- 2) Menggunakan produk yang sama dengan BTS (X14)
- 3) Menyukai produk (X15)
- 4) Kepuasan tersendiri (X16)
- 5) Kesenangan dan kebahagiaan (X17)
- 6) Kualitas produk baik (X18)

Variabel kualitas produk baik dan kepuasan tersendiri merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam membeli merchandise BT21.

b. Faktor II yaitu **Faktor Pengaruh Lingkungan Komunitas**

yang terbentuk dari variabel:

- 1) Pengaruh Kelompok Komunitas (X4)
- 2) Pengaruh Teman (X5)
- 3) Penyesuaian Diri (X7)
- 4) Produk Dapat Dijual Kembali (X12)

Variabel pengaruh kelompok komunitas merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam membeli merchandise BT21.

c. Faktor III yaitu **Faktor Gaya Hidup** yang terbentuk dari variabel:

- 1) Lifestyle atau Gaya Hidup (X1)
- 2) Tradisi dan Budaya (X2)
- 3) Dukungan Keluarga (X6)
- 4) Mengidolakan BTS (X13)

Variabel lifestyle atau gaya hidup merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam membeli merchandise BT21.

d. Faktor IV yaitu **Faktor Kepercayaan Diri** yang terbentuk dari variabel:

- 1) Meningkatkan Eksistensi Diri (X3)
- 2) Usia (X9)
- 3) Menunjang Kepercayaan Diri (X10)
- 4) Kebutuhan Untuk Diakui (X19)

Variabel menunjang kepercayaan diri merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam membeli merchandise BT21.

e. Faktor V yaitu **Faktor Kemampuan Finansial** yang terbentuk dari variabel:

1) Kemampuan Membeli (X8)

Variabel kemampuan membeli merupakan variabel yang sangat dipertimbangkan konsumen dalam membeli merchandise BT21.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil, maka saran yang penulis berikan dan harapkan sebagai berikut:

A. Bagi Perusahaan

Mengoptimalkan variabel yang ada seperti produk harus terus berinovasi, harga harus sesuai dengan kualitas, design yang terus mengikuti zaman, kualitas bahan yang memuaskan, dan lokasi penjualan tersebar untuk menjangkau konsumen dari berbagai negara harus lebih ditingkatkan agar dapat meningkatkan pemasaran, mempertahankan usahanya agar menjadi lebih baik dan dapat bersaing dengan produk merchandise yang lainnya. Karena seiring perkembangan zaman, konsumen semakin menjadi lebih selektif dalam melakukan keputusan pembelian pada suatu produk, maka

konsumen mempertimbangkan banyak faktor sebelum membeli dan menjadi evaluasi bagi produk tersebut apakah konsumen mendapatkan kepuasan setelah melakukan keputusan pembelian suatu produk tersebut.

B. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti yang ingin menyempurnakan dan melanjutkan penelitian ini di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data dan alangkah baiknya jika dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel yang berbeda seperti produk, harga, promosi, lokasi dan jumlah sampel yang lebih banyak. Hal tersebut dimaksudkan agar tercapai perkembangan pemahaman mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian merchandise BT21.