

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Anggota komunitas NCTzen Yogyakarta melakukan aktivitas konsumsi produk Kpop yang bertujuan sebagai memenuhi keinginan diri sendiri, hal ini disebabkan karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan pembelian produk yang berkaitan dengan Kpop secara terus menerus sehingga memunculkan perilaku konsumtif. Selain itu juga karena citra diri yang melakukan pembelian dengan harga yang relatif mahal dan karena konsep bagus secara subjektif dari idolanya membuat mereka ingin membeli produknya setiap *comeback* atau kemunculan kembali artis atau grup musik. Tanpa para informan sadari, dan tidak memikirkan dampak kedepannya mereka melakukan pembelian secara impulsif, tidak rasional, dan pemborosan. Perilaku konsumtif anggota NCTzen Yogyakarta juga muncul akibat dari gaya hidup mereka yang terbiasa menonton konten Kpop dan membeli *merchandise* Kpop. Anggota NCTzen Yogyakarta tidak hanya menyukai satu grup NCT saja, melainkan juga menyukai grup lain sehingga pengeluaran mereka jauh lebih banyak karena faktor idol yang melakukan *comeback* dan promosi bersamaan. Selain itu juga mengetahui makna Kpopers dan *merchandise* Kpop di mata mereka. Anggota NCTzen Yogyakarta selain melakukan pembelian *official merchandise* mereka juga melakukan pembelian *unofficial merchandise*.

B. Saran

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu dan menjadi referensi bagi peneliti yang ingin meneliti dengan tema yang sama. Selain itu juga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai pola pikir Kpopers, motif pembelian produk Kpop, faktor perilaku konsumsi seperti faktor kebudayaan, dan sebagainya.