

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada para remaja penggemar K-Pop yang berada di Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 47 orang, dapat diketahui uji korelasi Product Moment diperoleh nilai sebesar **-0.125** dengan signifikansi $p=0.403$ ($p>0.05$). Sumbangan efektif antara konformitas dengan perilaku konsumtif dapat diartikan bahwa tidak terdapat hubungan negatif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian merchandise K-Pop pada kalangan remaja di Surabaya. Hal ini menandakan bahwa terdapat faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain konformitas.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan :

- a. Disarankan peneliti selanjutnya untuk menyaring responden subjek tambahan dengan perilaku konsumtif.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lain yang berperan dalam perilaku pembelian konsumtif penggemar K-Pop di masa remaja untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam. Seperti kontrol diri, usia, jenis kelamin, gaya hidup, harga diri, fanatisme, dll
- c. Disarankan dapat memperluas jangkauan populasi seperti remaja penggemar K-Pop yang berada di Indonesia.