

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi para penggemar SEVENTEEN dalam melakukan Keputusan Pembelian album K-Pop melalui Grup Order (GO) yang terdiri dari variabel Variasi Produk (X1) dan Kepercayaan Pelanggan (X2) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) melalui variabel intervening Keputusan Pembelian (Z) yang dimana analisis dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Penelitian ini dilakukan di *fanbase* SEVENTEEN yang pernah melakukan pembelian album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO) dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan hasil Penelitian ini menunjukkan sebagai berikut:

1. Variasi Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aunillah, 2022).
2. Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Syafitri et al., 2024).
3. Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO). Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hasibuan et al., 2022).

4. Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hariyono et al., 2023).
5. Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dumula et al., 2023).
6. Variasi Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui variabel intervening Keputusan Pembelian album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fadhilah, Cahya, et al., 2023).
7. Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui variabel intervening Keputusan Pembelian album K-Pop SEVENTEEN pada Grup Order (GO). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Welsa et al., 2022).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, terdapat keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, diantara keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang terlibat hanya sebanyak 100 orang, yang mungkin tidak mencukupi untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.
2. Selama proses pengumpulan data, informasi yang diperoleh dari responden melalui kuesioner mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pendapat mereka yang sebenarnya. Variasi dalam pemikiran dan pemahaman responden serta kejujuran mereka dalam mengisi kuesioner dapat mempengaruhi validitas hasil.
3. Keterbatasan waktu, tenaga, dan keterampilan peneliti juga menjadi faktor yang membatasi dalam menjalankan penelitian ini.
4. Karena kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan analisis data yang tersedia, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan metode yang berbeda, memperluas sampel responden, serta mempertimbangkan penggunaan alat penelitian yang lebih komprehensif untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif dan akurat.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran-saran yang diusulkan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian berikutnya, disarankan bagi peneliti untuk mempertimbangkan beberapa variabel tambahan yang dapat memengaruhi Keputusan Pembelian. Beberapa contoh variabel yang dapat dipertimbangkan termasuk Harga, Kualitas Produk, E-WOM (*Electronic Word of Mouth*), Promosi, dan faktor lain yang dapat dijadikan sebagai variabel independen dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian. Hasil analisis terhadap kasus penipuan dalam penjualan album K-Pop dapat memberikan pemahaman yang berharga tentang motif, target, dan langkah-langkah perlindungan terhadap korban. Agar kedepannya penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan strategi hukum dan upaya kekeluargaan yang lebih efektif untuk melindungi konsumen dan penggemar.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat terus berinovasi dalam pemasaran produk mereka dengan kemasan yang menarik dan terus mengembangkan desain terkini untuk mempertahankan minat pembelian dari para penggemar.