

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan terhadap pengaruh *Korean Wave*, *Digital Marketing*, dan *Price* terhadap *Purchase Decisions* album fisik K-Pop di Jabodetabek, dapat ditarik beberapa simpulan utama. Simpulan ini disusun dengan mengacu pada hasil pengujian hipotesis serta interpretasi yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

Korean Wave terbukti memberikan pengaruh terhadap *Purchase Decisions* album fisik K-Pop di Jabodetabek. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat paparan budaya Korea Selatan yang diterima penggemar, semakin besar kecenderungan mereka dalam menetapkan keputusan pembelian album fisik K-Pop. Dengan demikian, *Korean Wave* dapat dipahami sebagai konteks budaya yang menyertai proses pengambilan keputusan pembelian, di mana eksposur budaya Korea berkontribusi dalam mendorong konsumen untuk menetapkan keputusan pembelian album fisik K-Pop.

Digital Marketing juga terbukti memberikan pengaruh terhadap *Purchase Decisions* album fisik K-Pop di Jabodetabek. Temuan penelitian menunjukkan bahwa semakin kuat penerapan aktivitas pemasaran digital, semakin besar kecenderungan konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian album fisik K-Pop. *Digital marketing* berperan sebagai konteks yang menyertai proses pengambilan keputusan pembelian dengan memfasilitasi konsumen dalam mengakses informasi produk, promosi daring, serta interaksi melalui kanal digital, sehingga mendukung konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian album fisik K-Pop.

Price terbukti memberikan pengaruh terhadap *Purchase Decisions* album fisik K-Pop di Jabodetabek. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sesuai penetapan harga album fisik K-Pop, semakin besar kecenderungan konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian. *Price* dapat dipahami sebagai konteks rasional yang menyertai proses pengambilan keputusan pembelian, di mana pertimbangan harga berkontribusi dalam mendorong konsumen untuk menetapkan *purchase decisions* album fisik K-Pop di Jabodetabek.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Korean Wave*, *Digital Marketing*, dan *Price* secara bersama-sama berperan dalam menyertai proses pengambilan *Purchase Decisions* album fisik K-Pop di wilayah Jabodetabek. Ketiga variabel tersebut berkontribusi sebagai konteks budaya, digital, dan rasional yang saling melengkapi dalam mendorong konsumen menetapkan keputusan pembelian album fisik K-Pop. Dengan demikian, keputusan pembelian album fisik K-Pop di Jabodetabek tidak berdiri pada satu faktor tunggal, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi paparan budaya, praktik pemasaran digital, serta pertimbangan harga yang diterima konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pedoman dan ketentuan yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini telah dilaksanakan dengan baik. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, khususnya pada proses pengumpulan data yang dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner menggunakan media sosial pribadi peneliti. Keterbatasan tersebut dipengaruhi oleh adanya kebijakan pada beberapa komunitas atau *fandom* K-Pop yang tidak memperbolehkan penyebaran tautan di luar aktivitas resmi komunitas, sehingga ruang distribusi kuesioner menjadi terbatas. Kondisi ini berpotensi memengaruhi jangkauan partisipasi penggemar K-Pop dalam penelitian ini, meskipun jumlah responden yang diperoleh telah memenuhi kriteria analisis yang ditetapkan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dihasilkan saran praktis bagi pelaku industri album fisik K-Pop. Pelaku industri disarankan untuk memanfaatkan paparan *Korean Wave* secara optimal sebagai konteks utama dalam mendorong *purchase decisions* album fisik K-Pop, melalui pengelolaan citra idola yang konsisten, penguatan aktivitas *fandom*, serta penegasan nilai simbolik album fisik sebagai bagian dari budaya populer Korea Selatan. Album fisik perlu diposisikan tidak hanya sebagai media musik, tetapi juga sebagai representasi afiliasi *fandom* dan bentuk dukungan penggemar terhadap idola yang diikuti.

Selain itu, strategi *digital marketing* perlu dioptimalkan sebagai sarana pendukung proses pengambilan keputusan pembelian, khususnya melalui penyediaan informasi

produk yang jelas, visual yang komunikatif, serta konten promosi yang interaktif pada kanal digital seperti *e-commerce* dan media sosial.

Di sisi lain, strategi penetapan harga juga perlu dikelola secara rasional dengan memperhatikan kesesuaian antara harga, kualitas produk, dan nilai tambah album fisik, seperti konten eksklusif, desain kemasan, dan aspek koleksi. Meskipun perbedaan harga dapat diterima apabila disertai nilai yang jelas, aspek keterjangkauan tetap perlu diperhatikan agar album fisik tetap relevan bagi penggemar yang melakukan pembelian secara selektif.

Berdasarkan penelitian ini pula, dapat dihasilkan saran teoritis bagi penelitian selanjutnya. Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Jabodetabek agar memperoleh gambaran perilaku konsumen album fisik K-Pop yang lebih beragam. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan pendekatan kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*) guna menggali lebih dalam makna simbolik, keterikatan emosional, serta motivasi konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian album fisik K-Pop. Pendekatan tersebut diharapkan mampu melengkapi temuan kuantitatif dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika keputusan pembelian album fisik K-Pop di Indonesia.