

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana perubahan regulasi perpajakan serta gaya hidup memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli *merchandise* K-Pop, dengan literasi perpajakan ditempatkan sebagai variabel moderasi. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 170 responden yang merupakan penggemar K-Pop di Indonesia. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Berdasarkan hasil penelitian dan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Gaya hidup terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop.
2. Perubahan regulasi perpajakan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-Pop.
3. Literasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian.
4. Literasi perpajakan juga tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara perubahan regulasi perpajakan dengan keputusan pembelian.

5.1 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian *merchandise* K-Pop dari

perspektif perpajakan, gaya hidup, dan literasi perpajakan. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat dengan memberikan informasi mengenai pengaruh perubahan peraturan perpajakan, gaya hidup, dan literasi perpajakan terhadap perilaku konsumsi, khususnya pada pembelian *merchandise* K-Pop.

Selain itu, perubahan regulasi perpajakan tidak berpengaruh pada minat beli *merchandise* K-Pop, sehingga pemerintah dapat tetap memaksimalkan penerimaan pajak di sektor ini. Namun, diperlukan peningkatan literasi perpajakan untuk menghindari dampak dari perilaku konsumtif berlebihan, sambil memanfaatkan tren K-Pop sebagai peluang penerimaan negara.

Penelitian ini juga bisa memperkuat atau memodifikasi teori-teori yang ada mengenai perpajakan dan perilaku konsumen dengan memasukkan faktor lain yang relevan. Serta dapat membantu dan memahami lebih dalam mengenai motivasi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian berdasarkan pengaruh dari individu atau kelompok yang mereka idolakan serta perpajakan yang nantinya akan dikenakan dalam proses pembelian.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan yang patut diperhatikan. Pertama, ruang lingkup sampel yang hanya berfokus pada penggemar K-Pop membuat temuan penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan ke pasar atau segmen konsumen lainnya. Kedua, penelitian belum mengklasifikasikan jenis *merchandise* maupun jalur pembelian seperti impor langsung atau *group order* padahal variasi tersebut berpotensi memengaruhi harga akhir serta besaran pajak

yang dikenakan, yang pada akhirnya mungkin dapat berdampak pada keputusan pembelian.

5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang ada, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya. Pertama, peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel, tidak hanya terbatas pada penggemar K-Pop, tetapi juga melibatkan kelompok konsumen dengan latar belakang dan minat yang berbeda, sehingga hasil penelitian dapat lebih mewakili dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Kedua, metode pengumpulan data sebaiknya tidak hanya mengandalkan kuesioner, tetapi juga dikombinasikan dengan wawancara agar diperoleh informasi yang lebih detail dan akurat. Terakhir, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk mengklasifikasikan jenis *merchandise*, seperti album, photocard, atau lightstick, serta jalur pembelian yang digunakan, baik melalui impor langsung, pembelian di toko lokal, maupun *group order*. Hal ini penting karena variasi tersebut berpotensi memengaruhi harga akhir dan beban pajak, yang pada gilirannya dapat berdampak pada keputusan pembelian.