

## ANALISIS MAKNA DAN MOTIF KEPUTUSAN PEMBELIAN *OFFICIAL MERCHANDISE* BTS PADA ARMY KEDIRI

Mei Pravitasari<sup>1\*</sup>, Diah Ayu Septi Fauji<sup>2</sup>, Rony Kurniawan<sup>3</sup>

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jl. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kec.Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112

[meipravitasari05@gmail.com](mailto:meipravitasari05@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [septifauji@unpkediri.ac.id](mailto:septifauji@unpkediri.ac.id)<sup>2</sup>, [ronykurniawan@unpkediri.ac.id](mailto:ronykurniawan@unpkediri.ac.id)<sup>3</sup>

\*corresponding author

### Abstract

*It is interesting for researchers to analyze the purchase decision of BTS's official merchandise at ARMY Kediri. The purpose of this study is to analyze the meaning and motives of BTS's official merchandise purchase decisions at ARMY Kediri. The method in this study is qualitative with a phenomenological paradigm. The data collection process was carried out by conducting interviews with Kediri ARMYs who have an official BTS merchandise collection of five people.*

*In this study, data analysis was carried out using working papers to facilitate the mapping of noema, epoche, noesis, intentional analysis, eidetic reduction. This research resulted in the decision to purchase BTS's official merchandise at ARMY Kediri as a form of support and appreciation for BTS's work. By purchasing official BTS merchandise, fans feel satisfaction because their wishes are fulfilled. In addition, ARMY Kediri purchases official BTS merchandise as a form of identity that he is a BTS fan. The purchase of BTS official merchandise is done as a form of investment, some BTS official merchandise collections can be sold again in the future at a higher price.*

**Keywords:** Purchase Decision, *BTS Official Merchandise*

### Abstrak

Menarik bagi peneliti untuk menganalisis keputusan pembelian *official merchandise* BTS pada ARMY Kediri. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis makna dan motif keputusan pembelian *official merchandise* BTS pada ARMY Kediri. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan paradigma fenomenologi. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan ARMY Kediri yang memiliki koleksi *official merchandise* BTS yang berjumlah lima orang. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan kertas kerja untuk mempermudah pemetaan *noema, epoche, noesis, intentional analysis, eidetic reduction*. Penelitian ini menghasilkan keputusan pembelian *official merchandise* BTS pada ARMY Kediri sebagai bentuk dukungan dan apresiasi untuk karya BTS. Dengan melakukan pembelian *official merchandise* BTS, penggemar merasakan kepuasan karena keinginannya terpenuhi. Selain itu, ARMY Kediri melakukan pembelian *official merchandise* BTS sebagai bentuk identitas diri bahwa dia adalah seorang penggemar BTS. Pembelian *official merchandise* BTS dilakukan sebagai bentuk investasi, beberapa koleksi *official merchandise* BTS bisa dijual lagi di masa mendatang dengan harga yang lebih tinggi.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, *Official Merchandise* BTS

### PENDAHULUAN

Keputusan pembelian menjadi isu yang menarik untuk di bahas di tengah perekonomian yang sempat melemah akibat pandemi. Banyak perusahaan dan usaha mikro yang mengalami penurunan omzet selama pandemi dengan perbedaan 85%-90% sebelum pandemi [1]. Oleh karenanya, saat ekonomi mulai bangkit terjadinya perubahan-perubahan gaya pembelian masyarakat diperlukan sebuah riset terkait motif keputusan pembelian. Dimana masyarakat cenderung memilih melakukan pembelian melalui platform belanja *online*. Keputusan pembelian adalah proses perumusan alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif untuk melakukan pembelian [2]. Konsumen akan melakukan pencarian informasi tentang sebuah produk yang akan dibeli. Informasi tersebut berkaitan dengan kegunaan, merek serta bentuk produk. Beberapa motif yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yaitu kepercayaan, kenyamanan, kemudahan dan keamanan [3].

Sikap konsumen dalam membeli sesuatu dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Faktor Budaya, merupakan faktor penentu dari segi keinginan dan perilaku seseorang karena kebudayaan menyangkut segala aspek kehidupan manusia.

2. Faktor Sosial, meliputi kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.
3. Faktor Pribadi, meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli.
4. Faktor Psikologi, meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

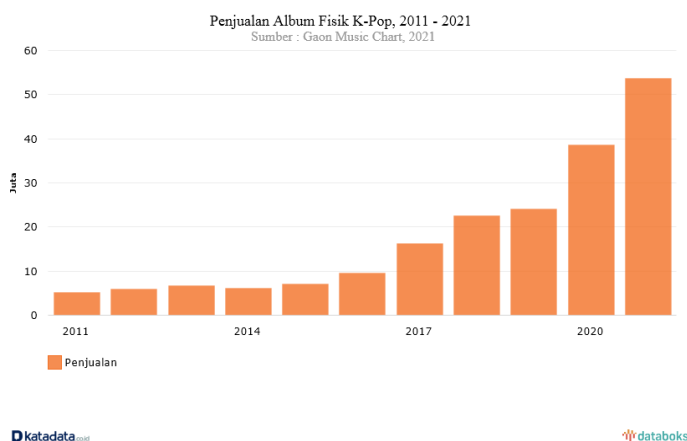
Dari faktor faktor diatas ditemukan kesenjangan dengan fenomena yang terjadi di lapangan. Salah satu fenomena yang menarik adalah fenomena terkait stabilnya penjualan *merchandise* KPOP baik saat pandemi atau tidak. Adapun data terkait observasi awal atas penjualan *merchandise* dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Penjualan November 2022**

No	Jenis Item	Harga/Unit	Quantity Terjual
1.	Album BTS "Butter"	Rp. 375.000	50 pcs
2.	Official Lightstick	Rp. 675.000	34 pcs
3.	Photobook Jungkook "Time Difference"	Rp. 525.000	20 pcs
4.	BTS Anthology Album PROOF (Compact Version)	Rp. 335.000	30 pcs

Sumber : Toko A (2022)

Dari tabel 1.1 dapat dimaknai bahwa meskipun harga *merchandise* K-Pop cukup mahal dan kondisi ekonomi di Indonesia masih dalam tahap pemulihan, namun ternyata hal tersebut tidak mengurangi pembelian *merchandise* K-Pop. Melalui data Gaon Music Chart, selama sepuluh tahun terakhir penjualan album K-Pop mengalami peningkatan yang signifikan seperti yang disajikan dalam diagram berikut.



**Gambar 1.1. Penjualan Album KPOP 2011-2021**

Sumber : Databoks.katadata.co.id

Diagram diatas menunjukkan penjualan album K—Pop menembus 10 juta album pada tahun 2017. Tahun itu, penjualan album mencapai 16,17 juta. Jumlah album naik menjadi 22,47 juta pada 2018, lalu naik lagi menjadi 24,15 juta pada 2019. Meski ada pandemi pada 2020, penjualan melesat 60,25% menjadi 38,69 juta album [4].

Dari fenomena keputusan pembelian *Official Merchandise* K-Pop terdapat kesenjangan teori mengenai hukum permintaan, dimana hukum permintaan dipengaruhi oleh harga, semakin tinggi tingkat harga barang, maka semakin turun permintaan akan barang tersebut, sedangkan dalam fenomena ini harga tidak terlalu berpengaruh terhadap pembelian *Official Merchandise* K-Pop. Mayoritas penggemar KPOP tidak begitu memperdulikan seberapa besar harga album musik K-Pop itu sendiri, melainkan lebih fokus terhadap manfaat yang didapatkan dari album musik tersebut, oleh karena itu para penggemar biasanya lebih memilih untuk membeli album musik K-Pop dengan harga yang lebih mahal dengan jaminan produk resmi dan sesuai dengan manfaat yang didapatkan dengan harapan penggemar dapat memenuhi kepuasannya [5]. Bentuk fanatisme penggemar lainnya ditunjukkan dengan selalu menonton konten idolanya untuk menambah jumlah penayangan video, sedangkan bentuk konsumerisme penggemar ditunjukkan dengan mengoleksi *merchandise* dari idolanya tanpa melihat nilai guna dari barang tersebut [6]. Perilaku tersebut menyebabkan sifat konsumtif yang berlebihan pada penggemar K-Pop. Yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu analisis keputusan pembelian *official*

*merchandise* BTS. Kolaborasi Mc Donald's dengan BTS menjadi alternatif yang bagus untuk ARMY bisa mengoleksi hal hal yang berhubungan dengan BTS. Hal ini ditunjukkan dengan antusias ARMY yang rela membeli menu tersebut meskipun harus antri berjam-jam [7].

Oleh karenanya menarik bagi peneliti untuk memaknai dan mengungkap motif yang menjadi dasar keputusan pembelian *official merchandise*, sehingga penelitian ini diberi judul "**Analisis Makna dan Motif Keputusan Pembelian Official Merchandise BTS Pada ARMY Kediri**". Perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi subjek dan metode yang akan digunakan.

## METODE

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini disajikan dalam bentuk narasi. Penelitian kualitatif memerlukan penjelasan yang mengharuskan peneliti mencari struktur makna yang lebih dalam, oleh karena itu kehadiran peneliti sangat penting. Kedalaman penelitian memungkinkan peneliti menggali lebih jauh dan tidak memungkinkan kesamaan antara informan satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini informan dibiarkan merespon pertanyaan dengan bebas sesuai bahasa mereka, sehingga hasil wawancara lebih kompleks dengan munculnya pertanyaan baru yang spesifik namun tetap terarah. Paradigma dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi. Fenomenologi bertujuan memahami dan menggambarkan fenomena yang mendalam dan memperoleh esensi dari pengalaman hidup informan pada suatu fenomena.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa informasi yang diperoleh secara langsung dari informan melalui proses wawancara. Selain itu peneliti juga memanfaatkan literatur, buku serta penelitian terdahulu. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang dipilih menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dimana peneliti memilih informan dengan pertimbangan tertentu, yang dianggap memahami tentang informasi yang dibutuhkan peneliti.

Kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sehat jasmani dan rohani
2. Memiliki pengetahuan terkait objek yang diteliti
3. Mengalami situasi yang berkaitan dengan topik penelitian
4. Mampu menggambarkan kembali fenomena yang dialami
5. Bersedia diwawancarai dan direkam selama penelitian berlangsung
6. Menyetujui untuk publikasi hasil penelitian
7. Kolektor *Official Merchandise* BTS di wilayah Kediri

Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dan dokumentasi. Dalam proses wawancara informan diberikan kebebasan untuk menjawab pertanyaan dari peneliti. Proses wawancara dilakukan melalui dua cara yaitu melalui pertemuan langsung dan dengan memanfaatkan aplikasi *WhatsApp* dimana peneliti mengirimkan list pertanyaan untuk kemudian dijawab oleh informan melalui pesan teks maupun pesan suara. Setelah dilakukan pengumpulan data, data kemudian dianalisis dengan menggunakan kertas kerja analisis teknik fenomenologi *transcendental* dengan lima tahapan yaitu, *noema*, *epoche*, *noesis*, *intentional analysis*, dan *eidetic reduction*. Data dalam penelitian ini disajikan secara deskriptif berupa kata tertulis maupun lisan yang secara spontan disampaikan oleh informan. Pengujian kredibilitas dalam penelitian ini menggunakan triangulasi waktu, dimana proses wawancara dilakukan dengan informan yang satu dalam waktu yang berbeda.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Kertas Kerja Analisis

Informan 1 (Andriana)				
Noema	Epoche	Noesis	Identional Analysis	Eidetic Reduction
Karena bentuknya lucu, cantik, yaudah beli. Kalau beli yang <i>Official Merchandise</i> itu ada {kepuasan} tersendiri. Selain itu juga sebagai bentuk dukungan aku untuk BTS.	Menurut aku beli <i>Official merchandise</i> untuk kepuasan itu lumayan penting ya, karena bisa menimbulkan {kepuasan} dalam diri saya. Saya itu tipe orang yang kalau udah suka sesuatu itu totalitas, begitupula dengan koleksi <i>merchandise</i> . Sebenarnya <i>streaming</i> konten mereka itu juga menimbulkan kepuasan, tapi kepuasannya beda dengan pas waktu beli <i>official merchandise</i> . Dengan beli <i>merchandise</i> itu sebagai bentuk apresiasi atau loyalitas kita sebagai fans {mendukung} <i>idol</i> kita, karena sebagian atau hampir semua <i>merchandise</i> itu ide dari <i>idol</i> itu sendiri.	Makna {kepuasan} bagi saya itu saat saya bisa mendapatkan sesuatu yang saya suka termasuk dengan koleksi <i>official merchandise</i> .	Keputusan pembelian dilakukan oleh Andriana dengan motif untuk mendapatkan kepuasan serta sebagai bentuk apresiasi dan dukungan terhadap BTS.	Andriana melakukan pembelian <i>official merchandise</i> karena didasari motif untuk mendapatkan kepuasan, sehingga memberikan dampak positif dan menyebabkan pembelian berulang. Selain itu, juga sebagai bentuk dukungan untuk BTS. Menurut nya dengan membeli <i>official merchandise</i> dia juga ikut memberikan apresiasi terhadap karya karya yang sudah dibuat oleh BTS.

Informan 2 (Dian)				
<p>Beli <i>Official Merchandise</i> BTS itu demi nurutin <i>inner child</i>. Dan setelah beli itu ada {rasa kepuasan} gitu, untuk <i>self reward</i> .</p>	<p>Menurut aku beli <i>Official Merchandise</i> BTS untuk {kepuasan} itu penting ya, karena dari beli <i>Official Merchandise</i> BTS gitu kan kita nggak cuman dapet <i>CD</i> lagunya doang kan, ada item lain kayak photocardnya gitu kan, jadi <i>inner child</i> nya kan bisa dipenuhi gitu. Kalau hanya sekedar nonton <i>MV</i> atau konten gitu kaya bukan kepuasan tapi kebahagiaan gitu .Dengan membeli <i>Official Merchandise</i> BTS gitu kita kayak {apresiasi} karya mereka. Dari membeli album contohnya, itu kan secara tidak langsung kita bantu naikin penjualan dan popularitas mereka di beberapa acara penghargaan</p>	<p>Makna {kepuasan} bagi aku itu karena <i>inner child</i> aku udah tepenuhi ya. Selain itu kan juga untuk {dukong} idolnya gitu kan.</p>	<p>Dian melakukan pembelian <i>Official Merchandise</i> BTS untuk memuaskan <i>inner child</i> dalam dirinya, untuk kepuasan dalam dirinya tanpa memperhatikan nilai guna dari benda tersebut. Dian juga memiliki motif lain dalam pembelian <i>official merchandise</i> sebagai dukungan untuk BTS.</p>	<p>Dian melakukan pembelian <i>Official Merchandise</i> BTS karena faktor pribadi yaitu untuk menuruti keinginannya sebagai hadiah untuk diri sendiri. Informan 2 merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian <i>Official Merchandise</i> BTS, sehingga keputusan pembelian dilakukan secara berulang dengan membatasi biaya sesuai kemampuan. Hal lain yang membuat informan 2 melakukan pembelian <i>Official Merchandise</i> BTS adalah sebagai bentuk apresiasi dan dukungan terhadap BTS. Ia menganggap bahwa dengan melakukan pembelian <i>Official Merchandise</i> BTS bisa membantu meningkatkan penjualan sehingga hal itu bisa membantu BTS menerima penghargaan</p>
Informan 3 (Nada)				
<p>Yang membuat aku beli <i>Official Merchandise</i> BTS itu karena suka dan pas lagi ada uang lebih akhirnya ya udah beli aja deh. Dan pas waktu udah punya gitu ada (kepuasan) pas waktu <i>unboxing</i>. Motif lainnya sebagai bentuk loyalitas aku</p>	<p>Menurut aku beli <i>Official Merchandise</i> untuk {kepuasan} itu tidak terlalu penting ya .Karena menurut aku ngga harus beli <i>Official Merchandise</i> untuk merasakan kepuasan, karena dari nonton <i>MV</i> mereka itu udah bisa merasa puas sebenarnya. Cuman, kalau aku {kepuasan} yang lain itu kalau beli <i>Official</i></p>	<p>{Makna kepuasan} itu ada rasa penasaran yang terpenuhi, makna kepuasan yang lain karena aku merasa bahagia, senang karena aku udah punya. Dengan beli <i>Official Merchandise</i> kayak gini rasa penasaranku terpenuhi, karena dengan beli kita kan jadi tahu, ternyata isinya kaya gini. Selain</p>	<p>Keputusan pembelian <i>Official Merchandise</i> BTS oleh Nada karena untuk mendapatkan kepuasan dan sebagai bentuk loyalitas sebagai penggemar serta dukungan untuk karya BTS.</p>	<p>Nada melakukan pembelian <i>Official Merchandise</i> BTS karena faktor pribadi yaitu kesukaan terhadap barang. Dampaknya yaitu Nada akhirnya merasakan kepuasan setelah mendapatkan <i>Official Merchandise</i> BTS tersebut, sehingga</p>

<p>sebagai penggemar sih</p>	<p><i>Merchandise</i> kan kita dapat sesuatu dalam bentuk fisik yang bisa kita pegang. Dengan beli karya mereka secara tidak langsung kita kan {menghargai} karya mereka. Dengan kita beli kan itu meningkatkan penjualan, dan itu bisa membuat mereka dapat penghargaan, jadi dari satu tujuan akhirnya bercabang ke tujuan yang lain, kayak bantu naikin popularitas mereka, naikin prestasi mereka.</p>	<p>itu, dengan membeli <i>Official Merchandise</i> mereka, kita merasa puas karena memberi {dukungan dan apresiasi terhadap karya mereka}.</p>		<p>menyebabkan keputusan pembelian dilakukan secara berulang. Informan 3 menganggap dengan membeli <i>Official Merchandise</i> BTS adalah sebagai bentuk loyalitas serta dukungan terhadap idola untuk membantu menaikkan popularitas serta prestasi BTS.</p>
<p><b>Informan 4 (Nila)</b></p>				
<p>Alasan beli <i>Official Merchandise</i> itu karena salah satu identitas suka BTS dan hadiah untuk diri sendiri. Motif lain dalam pembelian <i>official merchandise</i> adalah bentuk {dukungan} dan apresiasi hasil karya BTS selain streaming</p>	<p>Tidak juga, karena {kepuasan} bagi saya bukan hanya karena membeli <i>official merchandise</i> saja . Nonton MV, dengerin lagu mereka dan lihat mereka sehat aja sudah puas sebenarnya. {Bentuk identitas} suka BTS contohnya kalau waktu kita main dan melihat ada anak yang membawa <i>photocard</i>, kita langsung bisa mengenali mereka kalau mereka penggemar K-Pop. Kalau sebagai {bentuk dukungan} itu bisa membantu menaikkan penjualan, contohnya pembelian album, semakin tinggi angka penjualannya kan, itu bisa bantu idol memenuhi kriteria <i>nominasi award</i>. Selain itu juga supaya lebih semangat membuat karya baru.</p>	<p>Makna {kepuasan} bagi saya adalah bangga karena bisa membeli <i>official merchandise</i>. Karena pembelian <i>merch</i> seperti album bisa memenuhi kriteria <i>nominasi award</i>. Dan dukungan agar mereka semangat untuk membuat karya baru.</p>	<p>Motif keputusan pembelian <i>official merchandise</i> BTS oleh Nila adalah sebagai bentuk identitas menyukai BTS, hadiah diri sendiri, serta dukungan untuk BTS.</p>	<p>Nila memutuskan untuk membeli <i>official merchandise</i> adalah sebagai bentuk identitas menyukai BTS dimana saat koleksi tersebut digunakan, orang lain akan mudah mengenali Nila sebagai penggemar BTS. Selain itu, Nila membeli <i>official merchandise</i> adalah sebagai hadiah untuk diri sendiri dimana setelah melakukan pembelian, Nila merasakan kepuasan dan kebanggaan pada dirinya, akibatnya Nila melakukan pembelian secara berulang, meskipun terkadang ia merasakan dampak negative berupa pemborosan. Nila percaya dengan membeli <i>official merchandise</i> ia ikut andil dalam meningkatkan penjualan, dimana angka penjualan tersebut bisa memenuhi kriteria <i>nominasi award</i>.</p>
<p><b>Informan 5 (Rezita)</b></p>				



<p>Membeli <i>Official Merchandise</i> BTS karena memenuhi {keinginan}, self reward. Menurut aku <i>Official Merchandise</i> BTS itu memiliki karakteristik yang berbeda juga, sehingga nantinya jika dijual kembali nilai jual bisa lebih tinggi dari nilai beli. Motif lain aku koleksi <i>Official Merchandise</i> itu untuk nabung dengan harapan bisa balik modal pas dijual lagi</p>	<p>Kalau membeli <i>Official Merchandise</i> untuk {kepuasan} saja bagiku tidak terlalu penting ya, karena dengan melihat MV atau variety shownya juga bisa merasakan kepuasan. Kalau aku kan koleksi nya lebih banyak di photocard nya ya karena yang lebih mudah untuk bisa dijual lagi. Dengan begitu bisa jadi salah satu sarana aku untuk nabung, supaya uangnya gak kepace untuk hal lain gitu. Ya meskipun kadang harga jualnya lebih rendah dari pas aku beli.</p>	<p>Makna {kepuasan} kalau menurut aku itu pas waktu aku beli photocard yang langka dengan harga murah, pas waktu aku jual lagi ternyata harganya jauh diatas pas aku beli.</p>	<p>Rezita membeli <i>Official Merchandise</i> BTS karena memenuhi keinginan sebagai bentuk hadiah untuk diri sendiri. Selain itu koleksi <i>Official Merchandise</i> BTS juga dijadikan sebagai sarana menabung. Kepuasan menurut Rezita ketika dia membeli <i>Official Merchandise</i> yang langka dengan harga murah, dan waktu dijual kembali ternyata memiliki harga yang lebih mahal.</p>	<p>Rezita membeli <i>Official Merchandise</i> karena faktor pribadi yaitu memenuhi keinginan serta sebagai sarana menabung. Kepuasan dirasakan Rezita ketika membeli <i>Official Merchandise</i> dengan harga yang lebih murah dan ketika dijual kembali memiliki harga yang lebih mahal. Kepuasan ini membuat Rezita melakukan keputusan pembelian secara berulang.</p>
--	--	--	--	--

Sumber : diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dan hasil analisis pada tabel diatas, makna dan motif keputusan pembelian *official merchandise* BTS adalah dikarenakan oleh beberapa hal sebagai berikut :

1. Bentuk dukungan ARMY terhadap BTS.

ARMY Kediri memberi dukungan melalui streaming konten untuk menambah jumlah penayangan konten tersebut yang bisa membantu BTS memenuhi kriteria dalam nominasi penghargaan, selain streaming, ARMY juga melakukan vote untuk membantu BTS menambah penghargaan. bentuk dukungan lain ditunjukkan dengan melakukan pembelian *official merchandise* BTS. Pembelian *official merchandise* BTS salah satunya adalah album, dilakukan dengan tujuan membantu meningkatkan penjualan album tersebut. Dimana, hal ini akan membantu BTS untuk memenangkan nominasi dengan penjualan album terbanyak. Semakin tinggi penjualan album, semakin besar peluang untuk menang. Kemenangan BTS akan membantu popularitas BTS semakin meningkat. Dalam hal ini, terlihat bahwa bentuk dukungan informan mengakibatkan sikap fanatisme untuk melakukan pembelian *official merchandise* BTS. Perilaku ARMY dalam mengoleksi *official merchandise* BTS menunjukkan loyalitas penggemar yang rela mengeluarkan sejumlah uang demi citra dari idolanya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dimana penelitian yang dilakukan pada penggemar NCT menghasilkan bahwa NCTzen akan melakukan pembelian *merchandise* untuk mendukung idolanya [8].

2. Kepuasan

Pembelian *official merchandise* BTS juga membuat ARMY mendapatkan kepuasan untuk menyenangkan diri sendiri. ARMY merasakan kepuasan karena mendapatkan kualitas produk yang baik, selain itu informan juga merasa senang karena mendapatkan produk yang diinginkan. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dimana kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen [9]. Disamping memiliki dampak positif, ARMY juga merasa bahwa kebiasaannya membeli *official merchandise* BTS juga termasuk pemborosan dan sifat konsumtif yang berlebihan, tetapi itu tidak membuat ARMY berhenti untuk membeli *official merchandise* BTS. Kepuasan yang dirasakan oleh informan, menyebabkan informan melakukan pembelian *official merchandise* BTS secara berulang.

### 3. Bentuk Identitas Diri

Suatu produk bisa membantu pembentukan identitas diri bagi konsumen. Begitu pula ARMY yang membentuk identitas sebagai penggemar melalui pemakaian/pembelian *official merchandise* BTS. Hal ini lah yang menjadi motif bagi ARMY untuk melakukan pembelian *official merchandise* BTS. Dengan menggunakan *official merchandise* BTS, orang lain akan dengan mudah mengenali informan sebagai penggemar BTS.

### 4. Nilai Investasi

Informan melakukan pembelian *official merchandise* BTS sebagai sarana menabung atau investasi. Informan lebih memilih untuk mengoleksi *photocard* karena memiliki nilai investasi di masa depan. Informan akan membeli *photocard* dengan mempertimbangkan beberapa karakteristik yang ada dalam *photocard* tersebut, Karakteristik yang berbeda pada *photocard* juga membuat harga beli dan jualnya berbeda pula. Informan akan membeli *photocard* yang memiliki karakteristik sesuai keinginannya dengan harga beli yang lebih rendah untuk kemudian disimpan terlebih dahulu, jika nantinya *photocard* tersebut mulai langka maka informan akan menjual *photocard* tersebut dengan harga yang lebih tinggi dari harga beli. Hal ini sesuai dengan konsep *time value of money* dimana nilai uang memiliki nilai yang berbeda pada waktu yang berbeda [10].

Dari beberapa makna dan motif keputusan pembelian *official merchandise* BTS yang muncul diatas, menunjukkan bahwa seorang penggemar akan melakukan apapun untuk mendukung idolanya termasuk melakukan pembelian *official merchandise*. Namun, meskipun begitu beberapa informan tetap menyesuaikan *budget* untuk membeli *official merchandise* BTS. Salah satu informan merasa bahwa bentuk dukungan tidak harus memaksakan diri untuk membeli *official merchandise* BTS, namun juga bisa dilakukan dengan hal lain seperti *streaming* ataupun melakukan *vote*. Namun, informan lain menganggap pembelian *official merchandise* BTS perlu dilakukan, ia mengungkapkan bahwa pembelian *official merchandise* BTS dilakukan sebagai bentuk loyalitasnya untuk BTS. Masing masing informan juga memiliki makna kepuasan yang berbeda. Beberapa informan mengungkapkan bahwa kepuasan sepenuhnya tidak harus membeli *official merchandise* BTS, dengan menonton konten melalui platform online seperti *youtube* sudah bisa membuatnya merasakan kepuasan. Namun lain halnya dengan informan 1 dan 2, mereka menganggap dengan membeli *official merchandise* BTS mampu memberikan makna kepuasan yang berbeda.

Dari analisis data diatas, terlihat bahwa kebiasaan ARMY dalam membeli *official merchandise* BTS disebabkan karena dorongan pribadi demi kepentingan emosional yang membuat mereka tidak terlalu mementingkan faktor kegunaan dari barang tersebut, melainkan hanya mementingkan kepuasan dalam dirinya. Mereka juga terkadang mendapatkan respon dari orang sekitar yang kurang setuju akan kebiasaannya, namun mereka memilih tidak menghiraukan.

Hasil keabsahan dalam penelitian diuji dengan triangulasi waktu, dimana peneliti melakukan proses wawancara dalam waktu yang berbeda pada masing masing informan. Dalam wawancara kedua, informan dengan konsisten menjawab dengan pernyataan yang sama seperti saat wawancara pertama ditambah penjelasan yang lebih detail Sehingga ditemukan kejenuhan data, sehingga data dinyatakan valid.

## KESIMPULAN



Makna dan motif keputusan pembelian *official merchandise* BTS dapat terbentuk disebabkan oleh beberapa hal yaitu, adanya bentuk dukungan dan loyalitas dari penggemar terhadap idolanya melalui pembelian *official merchandise* BTS, kepuasan karena mendapatkan produk dengan kualitas yang baik dan merasa senang karena berhasil mendapatkan produk yang diinginkan, sebagai bentuk identitas diri seorang penggemar, dan adanya nilai investasi yang berguna di masa mendatang. Masing masing informan memiliki alasan utama yang sama dalam keputusan pembelian *official merchandise* BTS, namun saat dilakukan analisis lebih dalam terdapat perbedaan pendapat dari masing masing informan. Hal ini menjadikan hasil penelitian ini tidak bisa di generalisasikan secara umum karena masing masing informan memiliki pendapat yang berbeda sesuai yang dialami.

Kebaruan dari penelitian ini yaitu adanya temuan baru terkait motif keputusan pembelian *official merchandise* BTS. Selain digunakan untuk koleksi saja, *official merchandise* BTS juga bisa dijadikan sebagai media investasi di masa mendatang. Hasil dari penelitian ini mendukung teori yang sudah ada serta dapat memberikan masukan pada kolektor lain, selain dapat digunakan untuk koleksi saja, *official merchandise* BTS juga dapat dijadikan sebagai sarana investasi. Penelitian ini juga bisa menjadi referensi peluang usaha bagi penggemar K-Pop untuk bisa membuka usaha yang berkaitan dengan *official merchandise* sesuai dengan hasil yang telah dibahas dalam penelitian ini. Selain itu hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi dengan adanya teori baru yang muncul dalam motif keputusan pembelian yaitu nilai investasi.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terkait proses wawancara yang dilakukan. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan wawancara secara tatap muka supaya informasi yang digali bisa lebih mendalam. Keterbatasan lain dalam penelitian ini yaitu, pembahasan terkait nilai investasi kurang mendalam, sehingga untn penelitian selanjutnya disarankan bisa dibahas lebih detail. Penelitian selanjutnya juga bisa menambah jumlah informan, sehingga bisa memunculkan makna dan motif baru dari latar belakang informan yang berbeda.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1]. Kase MS, Babulu NL, Redjo PRD. Perbedaan Omzet Penjualan Umkm Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Timor Tengah Utara. *Sebatik*. 2022;26(1):300–5.
- [2]. Nurmawati. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. 1st ed. Amirullah, editor. MALANG: Media Nusa Creative; 2018. 45 p.
- [3]. Humairoh, Hartono D. Analisis Perilaku Belanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Marketplace Shopee Pada Masa New Normal (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Indonesia di Kota Tangerang). *J Innov Res Knowl*. 2022;2.
- [4]. Pahlevi R. Penjualan Album KPOP Tembus Rekor Baru dalam 5 tahun [Internet]. *Databoks*. 2022. Available from: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/penjualan-album-fisik-k-pop-tembus-rekor-baru-dalam-5-tahun>
- [5]. Nurani RI. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Album Musik Kpop Terhadap Keputusan Pembelian Penggemar Di D.I Yogyakarta. 2022;
- [6]. Salsabila Q, Nurfadhilah LD. Analisis Konsumerisme Pasif Para Penggemar Fanatik Idol Grup Bts Di Kediri Dalam Pembelian Merchandise. *LoroNG Media Pengkaj Sos Budaya*. 2022;11(1):1–16.
- [7]. Nurcholis M. Studi Fenomenologi : Efektivitas Co-Branding Dan Fanatisme Sebagai Strategi Pemasaran Mcdonald's Pada Bts Meal. *Suparyanto dan Rosad* (2015. 2020;5(3):248–53.
- [8]. Ananda M, Hadi N, Meiji NHP. Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT

- 
- (studi kasus komunitas NCTzen Malang). *J Integr dan Harmon Inov Ilmu-Ilmu Sos.* 2021;
- [9]. Roselina MA, Niati A. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi.* 2019;17(3):221–34.
- [10]. Shrotriya V. Time Value of Money: The Concept and its utility. *Int J Res Anal Rev [Internet].* 2019;6(1):85–92. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/337464889>