BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab IV, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah adalah :

- 1) Faktor Pribadi, memiliki nilai varian 29.318 % yang meliputi :
Situasi Ekonomi, Gaya Hidup, Kepribadian dan Konsep Diri, Usia dan Siklus Hidup, Pekerjaan.
- 2) Faktor Kebudayaan, memiliki nilai varian 18.018 % yang meliputi :
Budaya, Sosial, Peran dan Status.
- 3) Faktor Sosial memiliki nilai varian 10.627 % yang meliputi :
Kelompok Acuan, Pengaruh Keluarga.
- 4) Faktor Psikologi memiliki nilai varian 9.247 % yang meliputi :
Motivasi, Persepsi, Keyakinan dan Sikap.
- 5) Berdasarkan pengujian regresi secara parsial terdapat 4 faktor *budaya*, faktor *sosial*, faktor *pribadi*, dan faktor psikologi secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen yang secara berturut-turut menunjukkan nilai signifikan t sebesar 0,014; 0,012; 0,009; 0,001; yang berarti berpengaruh terhadap sikap konsumen.

5.2 IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh implikasi sebagai berikut:

- 1) Dari hasil penelitian diperoleh faktor yang paling dominan memberi pengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah adalah faktor pribadi. Dimana sikap konsumen dalam membeli batik berdasarkan Situasi Ekonomi, Gaya Hidup, Kepribadian dan Konsep Diri, Usia dan Siklus Hidup, Pekerjaan. Oleh karena itu, perlunya strategi-strategi terbaru dengan kebutuhan pasar dan memperhatikan faktor-faktor yang meningkatkan minat konsumen dalam membeli Batik Istiqomah
- 2) Pada penelitian ini faktor kebudayaan juga memberi pengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah. Konsumen biasanya mempertimbangkan faktor kebudayaan dalam membeli batik. Beberapa pembeli mempertimbangkan sub budaya karena Batik adalah warisan budaya yang kaya, terutama di beberapa negara seperti Indonesia. Konsumen seringkali memandang batik sebagai simbol identitas budaya mereka. Dampak sosial dari pembelian mereka. Membeli batik, khususnya yang diproduksi secara lokal atau melalui praktek produksi yang berkelanjutan, dapat dianggap sebagai dukungan terhadap komunitas lokal dan pekerja lokal.
- 3) Pada penelitian ini faktor sosial juga berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah. Faktor sosial dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, seperti grup referensi, anggota keluarga, peran dalam masyarakat, dan status sosial. dapat dilihat di batik istiqomah faktor

sosial dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

- 4) Pada penelitian ini faktor psikologi juga berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah. Sikap konsumen muncul untuk membeli batik didorong oleh motivasi, persepsi, keyakinan, dan sikap adalah faktor-faktor psikologis yang saling terkait dan memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Konsumen yang merasakan kepuasan pribadi atau kebahagiaan dari pemakaian batik, motivasi intrinsik ini dapat mendorong pembelian. Misalnya, kesenangan dari mengenakan batik yang indah atau rasa bangga dalam mempertahankan warisan budaya. Begitu pula dengan faktor persepsi, konsumen yang memiliki persepsi bahwa batik adalah produk berkualitas tinggi dengan desain yang menarik, hal ini dapat meningkatkan kecenderungan untuk membeli, serta konsumen yang memiliki keyakinan kuat dan sikap positif terhadap pentingnya mempertahankan dan mempromosikan budaya lokal, mereka cenderung lebih mungkin membeli batik sebagai dukungan terhadap nilai-nilai budaya tersebut.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, saran-saran yang diberikan dari penulis adalah:

- 1) Bagi dunia penelitian, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, yaitu indikator-indikator apa saja yang masih

menjadi daya tarik konsumen dalam tentang sikap konsumen dalam membeli sebuah produk, secara khusus pembelian Batik Jambi.

- 2) Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini perusahaan dapat mempertimbangkan strategi-strategi yang lebih baik untuk meningkatkan pangsa pasar sesuai dengan trend saat ini, dengan indikator – indikator yang di analisa, maka membentuk faktor-faktor yang dapat dijadikan referensi untuk membuat kebijakan bagi perusahaan.
- 3) Bagi konsumen, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam membeli Batik Istiqomah.