

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian analisis pengaruh komponen ekuitas merek terhadap keputusan pembelian batik tanah liok menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Komponen ekuitas merek yang berpengaruh positif dan paling signifikan terhadap keputusan pembelian para pelanggan adalah loyalitas merek dan asosiasi merek. Artinya faktor terkuat di antara komponen ekuitas merek yang mendorong konsumen untuk membeli adalah karena loyalitas mereka dan asosiasi merek batik tanah liok ini dengan identitas/etnis pada konsumen. Dua hal utama ini dapat menjadi acuan utama bagi pemasar batik tanah liok dalam mengembangkan program pemasaran mereka guna memperluas pasar. Dilihat dari karakteristik penghasilan responden yang rata-rata di bawah Rp2.500.000,-, bukanlah menjadi hambatan bagi para pelanggan untuk membeli produk yang mewakili identitas mereka atau bahkan loyal terhadap produk ini serta merekomendasikannya kepada orang lain.
2. Komponen ekuitas merek yang berpengaruh positif tidak signifikan adalah kesadaran merek, persepsi kualitas, dan media sosial. Hal ini dapat menjadi tantangan tersendiri bagi para pemasar batik tanah liok untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kehadiran batik tanah liok, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta menyediakan berbagai informasi mengenai batik

tanah liok pada media sosial. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap lingkungan masyarakat Minangkabau khususnya kota Padang, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang batik tanah liok ini bahkan menanyakan alamat toko pembeliannya. Minimnya pengetahuan masyarakat, terutama generasi muda dapat berpotensi untuk membuat produk warisan budaya ini menjadi semakin berkurang atau bahkan punah. Inovasi produk dan kualitas pelayanan dapat menjadi perhatian tersendiri bagi para pemasar untuk meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk ini, kemudian ditunjang dengan informasi lengkap yang tersedia di media sosial.

5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa ada 2 variabel komponen ekuitas merek yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yaitu komponen loyalitas merek dan asosiasi merek, sedangkan 3 variabel lainnya (kesadaran merek, persepsi kualitas, dan media sosial) memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan. Beberapa kemungkinan penyebab tidak signifikannya 3 variabel ini, yaitu :

1. Rata-rata persebaran jawaban responden berada di sekitar skor 3. Keberagaman jawaban ini berarti responden lebih memilih netral ketika ditanya tentang kesadaran merek, persepsi kualitas, dan media sosial.

2. Para konsumen jarang sekali melihat atau mendengarkan iklan tentang produk batik tanah liak ini. Hal ini didukung dengan hasil observasi peneliti kepada lingkungan sekitar bahwa masih banyak yang yang belum tahu atau sadar akan kehadiran produk batik tanah liak ini. Sebagian besar pemasarannya dilakukan dengan cara mulut ke mulut sehingga hanya orang tertentu yang mengetahui produk ini.
3. Berdasarkan temuan yang didapatkan oleh peneliti, beberapa konsumen ada yang langsung memberikan pendapatnya bahwa motif batik tanah liak menjadi kurang menarik karena warnanya yang gelap dan juga mudah rusak ketika dicuci. Hal ini berarti belum adanya standar persepsi kualitas yang dirasakan oleh konsumen.
4. Karakteristik responden yang sebagian besar berusia di atas 40 tahun (sebanyak 110 orang) juga dapat menjadi faktor yang menyebabkan kurang berpengaruhnya media sosial terhadap keputusan pembelian mereka. Kebanyakan wanita berusia di atas 40 tahun jarang sekali menggunakan aplikasi media sosial berbasis internet.
5. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada 26 Agustus 2017, tiga di antara 4 toko batik tanah liak di kota Padang tidak memiliki akun media sosial. Satu toko yang cukup aktif menggunakan akun media sosial berbasis *instagram* dan *line* adalah toko batik tanah liak Fitriaendika. Sebagian besar responden membeli batik tanah liak karena mengetahui informasi dari mulut ke mulut.

Berdasarkan temuan pada penelitian analisis pengaruh komponen ekuitas merek dan media sosial terhadap keputusan pembelian batik tanah liak ini,

diharapkan para pemasar batik tanah liek dapat memperhatikan komponen ekuitas merek ini demi menunjang perluasan pasar, bertahannya merek ini di pasaran, serta dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Penulis akan menuliskan beberapa saran hal konkrit yang dapat dilakukan oleh perusahaan terhadap variabel-variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagai berikut :

1. Pemasar dapat meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara memberikan tambahan nilai (*value added*) seperti layanan kritik dan saran konsumen serta memberikan layanan khusus kepada konsumen prioritas yang sudah sering membeli atau membeli dalam jumlah banyak. Layanan prioritas ini juga dapat diwujudkan dengan pembentukan kartu member konsumen sehingga pemasar dapat menyimpan *database* konsumen dan lebih mudah melakukan promosi/iklan melalui *database* yang ada.
2. Pemasar dapat meningkatkan iklan dan promosi batik tanah liek berisi konten yang berkaitan dengan identitas sosial dan budaya ketika menggunakan produk warisan budaya ini. Dengan begitu, dapat mendorong *awareness*/kesadaran masyarakat, khususnya Indonesia dan Minangkabau untuk mencintai serta menggunakan produk-produk dalam negeri.
3. Pemasar disarankan untuk terus berupaya meningkatkan kualitas produk dan pelayanan pada toko. Inovasi produk juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen agar mau berkunjung dan melakukan pembelian ulang. Dengan produk kain batik tanah liek yang relatif mahal, pemasar dapat menciptakan inovasi produk olahan dari batik tanah liek lainnya agar lebih terjangkau bagi masyarakat, terutama masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah,

sehingga mereka dapat mengetahui dan tetap memakai produk dalam negeri sendiri. Inovasi yang dapat dilakukan seperti membuat olahan produk lainnya dari batik tanah liek seperti dompet, gantungan kunci, tas, dan lain-lain.

4. Untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang batik tanah liek, pemasar dapat melakukan kampanye dan iklan dengan berbagai media. Perlu disiapkan alokasi anggaran pemasaran demi mendapatkan segmen pasar yang lebih luas. Salah satu media yang paling efektif, mudah, dan murah untuk melakukan pemasaran adalah melalui media sosial. Sangat disarankan bagi para pemasar untuk menyediakan informasi yang lengkap tentang batik tanah liek melalui media sosial.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari penelitian ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Keterbatasan-keterbatasan yang dapat diuraikan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini baru menilai pengaruh komponen ekuitas merek secara umum terhadap keputusan pembelian batik tanah liek, belum mengkaji secara mendalam tentang masing-masing komponen ekuitas merek tersebut.
2. Objek penelitian yang sebagian besar terdiri dari para perempuan berusia di atas 40 tahun, masih berpotensi dapat menyebabkan salah interpretasi atau salah pengertian pada item-item bahasa kuisioner yang cenderung rumit untuk dipahami.

3. Penelitian ini baru menilai pendapat pelanggan terhadap batik tanah liek, tanpa mengkaji secara mendalam dari sudut pandang pemasar tentang model pemasaran yang digunakan oleh pemasar batik tanah liek demi meningkatkan ekuitas merek.
4. Masih minimnya informasi tentang literatur sejarah dan budaya tentang kajian batik tanah liek secara lebih mendalam.

5.4. Saran Penelitian Mendatang

Saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian di masa mendatang, yaitu :

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk menyediakan kajian lebih mendalam tentang masing-masing komponen ekuitas merek.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk membuat item pertanyaan dengan bahasa yang lebih sederhana, serta kemudian menjangkau sampel atau responden penelitian yang lebih mudah memahami setiap item pertanyaan, sehingga meminimalisir kemungkinan salah interpretasi.
3. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji sudut pandang pemasaran yang telah dilakukan oleh para pemasar batik tanah liek.
4. Peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji lebih mendalam tentang sejarah dan budaya yang terkandung dalam kain batik tanah liek.

