

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli dengan konsumen etnosentrisme sebagai variabel moderator studi pada Batik Tanah Liek Minangkabau maka dari hasil penelitian ini di dapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Batik Tanah Liek. Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian, pada keempat indikator yang digunakan dalam pengukuran persepsi kualitas yaitu kesesuaian kualitas dengan produk, kesesuaian kualitas dengan manfaat, informasi produk, dan kualitas bersaing. Indikator kesesuaian kualitas dengan produk adalah indikator yang paling penting dan sangat mempengaruhi persepsi kualitas konsumen terhadap minat beli. Artinya, semakin tinggi kualitas sebuah produk dan kesesuaian kualitas dengan produk, maka akan semakin meningkatkan persepsi kualitas konsumen terhadap Batik Tanah Liek.
2. Etnosentrisme tidak memoderasi hubungan antara persepsi kualitas dan minat beli terhadap Batik Tanah Liek Minangkabau. Artinya, etnosentrisme tidak memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara persepsi kualitas dan minat beli, sehingga etnosentrisme bukanlah faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mempengaruhi minat belinya

terhadap Batik Tanah Liek. Karena konsumen saat ini lebih mementingkan kualitas yang ada pada sebuah produk daripada kebangganya terhadap daerah yang dapat mempengaruhi minat belinya dalam membeli sebuah produk atau jasa.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terkait pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli dimana dalam penelitian terbukti bahwa persepsi kualitas mempengaruhi konsumen dalam meningkatkan minat belinya.
2. Bagi pengrajin/pengusaha batik tanah liek minangkabau, diharapkan penelitian ini dapat:
 - a. Memberikan informasi kepada pengrajin batik tanah liek mengenai arti pentingnya kualitas sebuah produk bagi konsumen. Kualitas yang baik bisa dinilai mulai dari bahan dasar kain yang digunakan, *display* atau tampilan dan motif yang ditampilkan oleh batik tanah liek, ketahanan kain, pewarnaan kain, serta *packaging* dalam pengemasan batik ini juga dapat mempengaruhi persepsi kualitas oleh konsumen.
 - b. Dari hasil penelitian, faktor yang paling mempengaruhi persepsi kualitas konsumen terhadap minat beli suatu produk terletak pada kesesuaian kualitas dengan produk, sehingga dengan mengetahui hal ini, di harapkan pengusaha batik tanah liek agar dapat menyesuaikan kualitas batik tanah liek yang disampaikan kepada kosumen agar sesuai dengan produk yang mereka dijual.

- c. Melihat kepada sikap konsumen terhadap minat beli, sikap etnosentrisme bukanlah sesuatu yang dapat menentukan minat belinya, melainkan yang mempengaruhi minat beli ialah kualitas yang ditawarkan produk atau jasa.
- d. Melakukan promosi yang gencar mengenai budaya atau ke-etnosentrisme yang tinggi bukanlah hal yang baik untuk ditonjolkan karena hal tersebut kurang mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Namun melakukan promosi yang baik dengan sedikit memasukkan unsur budaya dan lebih banyak menonjolkan kualitas produk batik tanah liok lebih baik untuk dilakukan.
- e. Mengetahui dengan jelas siapa target market dari produk batik tanah liok agar promosi yang dilakukan oleh pengusaha dapat mencapai sasarannya.
- f. Mungkin ada faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap batik tanah liok minangkabau seperti harga. Harga yang ditawarkan oleh pengusaha batik tanah liok terkait kualitas yang diberikan haruslah sesuai, sehingga dapat menarik minat beli konsumen terhadap batik tanah liok tersebut.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadikan dorongan bagi pemerintah untuk dapat menciptakan tingkat etnosentrisme yang tinggi pada masyarakat. Sehingga masyarakat dapat meningkatkan kecintaan budayanya dimana Indonesia mempunyai keberagaman budaya

yang melimpah. Contohnya seperti mengadakan suatu kegiatan peragaan budaya pada masing-masing daerah yang kreatif sehingga dapat mendorong masyarakat Indonesia lebih mengenal budayanya melalui kegiatan tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden pada penelitian ini di mayoritas oleh usia muda yaitu kalangan mahasiswa sehingga cakupan penelitian kurang luas.
2. Dikarenakan mayoritas responden yang berstatus mahasiswa tersebut, memungkinkan mereka tidak berminat untuk melakukan pembelian terhadap Batik Tanah Liek Minangkabau.
3. Rata-rata penghasilan atau uang saku perbulan responden pada penelitian ini adalah pada penghasilan tingkat rendah, sehingga kemungkinan responden untuk mengenal dan membeli produk batik tanah liek sangatlah kecil.
4. Rata-rata asal daerah responden dalam penelitian adalah berasal dari daerah Bukittinggi, dimana pada daerah tersebut tidak ada produksi dan jarang adanya penjualan Batik Tanah Liek Minangkabau, sehingga kemungkinan responden kurang mengenal mengenai produk batik ini.
5. Bisa jadi ada variabel lain yang bisa menjelaskan pengaruh mengenai pengaruh etnosentrisme terhadap minat beli seperti harga, *brand image*, *lifestyle*, dan variabel-variabel lainnya.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan adanya keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya agar lebih memperluas cakupan respondennya seperti kelompok menengah atau menengah ke atas yang mana konsumen pada kalangan ini mempunyai daya beli tinggi.
2. Penelitian selanjutnya agar lebih mempertimbangkan tingkat penghasilan responden yang lebih tinggi untuk dijadikan sebagai responden untuk diteliti.
3. Penelitian selanjutnya agar menggunakan dapat variabel-variabel lain yang bisa menjelaskan mengenai pengaruh etnosentrisme terhadap minat beli seperti harga, *brand image*, *lifestyle*, dan variabel-variabel lainnya.

