

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara identitas sosial anggota Muhammadiyah dengan *brand image* produk *food and beverage* terafiliasi Israel. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi identitas sosial pada diri seseorang, semakin rendah *brand image* yang dimiliki.

Secara umum, sebagian besar anggota Muhammadiyah Kota Padang memiliki tingkat *brand image* pada tingkat rendah dengan *mean* tertinggi pada dimensi *sensuality* dan terendah pada dimensi *mystery*. Begitu pula dengan identitas sosial, mayoritas anggota Muhammadiyah berada pada tingkat sedang dengan *mean* tertinggi pada dimensi *positive attitude* dan terendah pada dimensi *categorization*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengusulkan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Metodologis

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas keberagaman data demografis, seperti asal wilayah dan tidak berfokus pada kelompok tertentu agar hasil penelitian representatif dan dapat digeneralisasikan lebih luas.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi Organisasi/Perusahaan Produk *Food and Beverage*

Perusahaan/organisasi *food and beverage* dapat menciptakan strategi *marketing* yang sejalan dengan nilai-nilai yang dianut oleh kebanyakan konsumen di Indonesia, seperti dengan membangun citra yang islami dan halal, serta anti Israel untuk menjadi pilihan alternatif oleh konsumen.

2. Bagi Kelompok Muhammadiyah

Pada penelitian ini ditemukan bahwa mayoritas Anggota Muhammadiyah Kota Padang memiliki identitas sosial pada kategori sedang (66,1%). Oleh karena itu, disarankan kepada kelompok Muhammadiyah untuk dapat menciptakan kegiatan yang lebih meningkatkan identitas sosial setiap anggotanya. Salah satunya dengan mengadakan kegiatan yang membuat seluruh anggota terlibat dan berinteraksi secara aktif, seperti mengadakan pengajian rutin setiap minggu yang belum dilaksanakan secara konsisten.