

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, IMPLIKASI, SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Variabel *attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap *boycott intention*.
2. Variabel *subjective norm* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *boycott intention*.
3. Variabel *perceived behaviour control* berpengaruh secara signifikan terhadap *boycott intention*.
4. Variabel *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *boycott intention*.
5. Variabel *product image* berpengaruh secara signifikan terhadap *boycott intention*.
6. Variabel *boycott intention* berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to repurchase* produk yang tidak terafiliasi dengan Israel.
7. Variabel *attitude* dan *product image* berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to repurchase* produk yang tidak terafiliasi Israel melalui *boycott intention*. Sedangkan variabel *subjective norm*, *perceived behaviour control* dan *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *willingness to repurchase* produk yang tidak terafiliasi dengan Israel melalui *boycott intention*.

B. Implikasi

Berdasarkan pada hasil penelitian perusahaan perlu melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan reputasi karena *attitude*, *perceived behaviour control*, dan *product image* berpengaruh terhadap *boycott intention* konsumen. Bahkan *boycott intention* yang dilakukan juga dapat memengaruhi *willingness to repurchase* produk yang tidak terafiliasi dengan Israel. Perusahaan juga perlu terus memahami sikap konsumen dan kontrol diri dari konsumen terhadap produk dikarenakan konsumen memiliki kekuatan untuk melakukan boikot terhadap suatu produk. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *willingness to repurchase* produk yang tidak terafiliasi Israel dapat ditingkatkan melalui peningkatan *boycott intention* melalui variabel *attitude*, *perceived behaviour control*, dan *product image*.

C. Keterbatasan

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan penelitian yaitu:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas yaitu hanya berfokus pada variabel *attitude*, *subjective norm*, *perceived behaviour control*, *brand image*, dan *product image*. Sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat mengukur *willingness to repurchase* melalui *boycott intention* sehingga didapat hasil yang mungkin lebih baik dari penelitian ini.
2. Keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan peneliti, sehingga hanya mengambil 100 sampel padahal masyarakat Lamongan jumlahnya sangat banyak, peneliti selanjutnya bisa menambah jumlah sampel.

D. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan pro Israel, disarankan untuk fokus pada peningkatan *product image* dengan cara membangun *image* yang kuat dan positif serta menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan kualitas produk. Selain itu perusahaan harus melakukan survei untuk lebih memahami sikap konsumen terhadap produk perusahaan, disamping itu perusahaan juga perlu mempertimbangkan persepsi sosial yang mempengaruhi konsumen seperti keluarga, teman ataupun komunitas dikarenakan hal ini mempengaruhi sejauh mana konsumen merasa konsumen dapat mengontrol keputusan pembelian untuk *melakukan willingness to repurchase*.
2. Bagi Masyarakat, disarankan lebih sadar dengan informasi yang ada sebelum memutuskan untuk memboikot maupun melakukan pembelian ulang produk, pastikan keputusan boikot atau pembelian ulang adalah hasil pertimbangan pribadi, memilih produk sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip pribadi dengan mempertimbangkan reputasi perusahaan dan dampaknya sebelum melakukan *willingness to repurchase*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel bebas lainnya di luar variabel yang diteliti seperti *animosity* ataupun religiusitas. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel survei sehingga dapat menghasilkan data yang lebih banyak lagi. Menambah data semakin

menggambarkan kondisi sebenarnya dan mengurangi kemungkinan kesalahan atau bias.