BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji statistic yang telah peneliti lakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Identifikasi etnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap iklan. Hal ini mengidentifikasikan bahwa upaya perusahaan untuk menarik sikap konsumen terhadap iklan telah berhasil karena hasil menunjukan sikap positif responden.
2. Identifikasi etnis berpengaruh positif terhadap *perceived similarity.* Hal ini menunjukan responden merasakan terikatan dengan produk yang menggunakan unsur budaya didalamnya.
3. Identifikasi etnis berpengaruh positif terhadap *self-reference.* Hasil penelitian ini menunjukan bahwa identifikasi etnis menunjukan referensi diri yang tinggi.
4. *Perceived similarity* berpengaruh positif pada sikap terhadap iklan. Hal ini mengindikasikan bahwa responden yang memiliki keterikatan yang kuat dalam memberikan hubungan positif terhadap sikap terhadap iklan.
5. *Self-reference* berpengaruh positif terhadap sikap terhadap iklan. Hal ini mengartikan bahwa *self-reference* dapat mempengaruhi sikap terhadap iklan secara positif.

6. *Perceived similarity* dapat memediasi identifikasi etnis dengan sikap terhadap iklan. Hal ini dapat menunjukan bahwa identifikasi etnis pada kaos ngapak akan meningkatkan *perceived similarity* dan juga memperkuat sikap terhadap iklan kaos ngapak yang dimediasi *perceived similarity.*
7. *Self-reference* dapat memediasi hubungan antara idetifikasi etnis terhadap sikap terhadap iklan. Hal ini dapat menunjukan bahwa identifikasi etnis pada kaos ngapak akan meningkatkan *self-reference* dan juga memperkuat sikap terhadap iklan kaos ngapak yang dimediasi *self-reference.*

B. Implikasi

1. Impilasi manajerial

a. Perusahaan terus berupaya untuk berinovasi dengan desain-desain kaos sehingga lebih menarik dan unik
b. Perusahaan perlu menambah lini produk selain kaos karena akan menambah variasi produk dengan unsur budaya
c. Perusahaan perlu meningkatkan konsistensi dan kualitas dari produknya
d. Penting untuk perusahaan agar terus meningkatkan eksistensi dan nilai produknya agar memenuhi harapan konsumen

2. Implikasi teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan dan menambah literatur, wawasan serta pengetahuan yang efektif yang lebih terkait dengan identifikasi etnis.

C. Keterbatasan

Hasil penelitian ini dari *Goodness of Fit* masih berada pada kriteria yang *marginal fit*. Pada penelitian dimasa depan dapat dilakukan sebuah perbaikan, peneliti dapat mengubah model penelitian atau menambah variabel yang baru seperti *brand love* atau *purchase intention.* Pada penelitian dimasa depan juga dapat melakukan uji data melalui dua responden yaitu dengan kriteria etnis yang ditargetkan dan kriteria etnis yang tidak ditargetkan contohnya pada penelitian ini dilakukan oleh etnis jawa ngapak dan etnis jawa.