

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa:

- a. Kesadaran Lingkungan berpengaruh terhadap *Minat Beli*.
- b. *Kesadaran Lingkungan* berpengaruh terhadap *Keterikatan Lokal*.
- c. *Keterikatan Lokal* berpengaruh terhadap *Minat Beli*.
- d. *Keterikatan Lokal* mampu memediasi hubungan antara Kesadaran Lingkungan terhadap *Minat Beli*.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi para produsen produk lokal di Kabupaten Banjarnegara untuk mampu mengoptimalkan strategi pemasarannya, memperkuat keunggulan kompetitif dan mencapai kinerja pemasaran yang lebih baik dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Para pelaku UMKM kerajinan di Banjarnegara dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih bersifat dinamis. Hal ini tentunya melibatkan pengembangan kampanye pemasaran dengan memanfaatkan keterikatan lokal dalam branding untuk produk lokal di Banjarnegara, inovasi produk yang lebih ramah lingkungan serta

menyesuaikan desain, bahan, dan proses produksi dengan kebutuhan lingkungan. Produsen juga lebih mengidentifikasi preferensi dan nilai-nilai lokal yang lebih diprioritaskan dalam produk untuk meningkatkan daya tariknya terhadap konsumen. Selain itu, para pelaku UMKM kerajinan di Banjarnegara juga dapat lebih berinteraksi dengan pelanggan dan memahami pasar lokal dengan lebih baik. Dengan menggunakan riset pasar yang lebih intensif dan berinteraksi langsung dengan konsumen untuk dapat memahami kebutuhan dan preferensinya.

2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman kita terhadap dinamika psikologis dan persepsi konsumen dalam memilih suatu produk. Kemudian pada Implementasi dari temuan penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pelaku bisnis produk lokal di Kabupaten Banjarnegara, pemerintah setempat, dan akademisi untuk memperkuat dukungan terhadap produk lokal serta memberikan sumbangan bagi pengembangan teori perilaku konsumen dan pengelolaan bisnis yang berkelanjutan.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga penting untuk dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Penyebaran kuesioner ini kurang tersebar secara merata karena peneliti menyebarkan kuesioner lebih banyak dilakukan secara online melalui

google form dalam waktu yang singkat sehingga responden menjawab sesuai dengan yang mereka ketahui.

2. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, peneliti menyampaikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

- a. Untuk penelitian yang akan datang, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi *Minat Beli*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan variabel atau faktor *Minat Beli* lain agar produsen produk lokal di Kabupaten Banjarnegara lebih baik kedepannya dalam memproduksi produknya.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat memperdalam pengukuran variabel-variabel utama seperti kesadaran lingkungan, keterikatan lokal, dan minat beli. Menambahkan dimensi-dimensi khusus atau variabel-variabel tambahan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana konsep-konsep ini beroperasi dalam konteks produk lokal tertentu.

Bagi produsen produk lokal di Kabupaten Banjarnegara khususnya bidang kerajinan agar lebih memperhatikan produk yang lebih ramah lingkungan agar konsumen juga dapat memiliki rasa empati terhadap produk lokal sebagai bentuk partisipasi menjaga kelestarian lingkungan.