

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

1. Keterbukaan budaya berpengaruh negatif terhadap etnosentrisme konsumen.
2. Patriotisme tidak berpengaruh terhadap etnosentrisme konsumen.
3. Konservatisme tidak berpengaruh terhadap etnosentrisme konsumen.
4. Kolektivisme tidak berpengaruh terhadap etnosentrisme konsumen.
5. Propaganda pemerintah berpengaruh positif terhadap etnosentrisme konsumen.
6. Etnosentrisme konsumen berpengaruh negatif terhadap sikap pada merek asing.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Seiring banyaknya produk sepatu asing berkualitas yang masuk pasar Indonesia, produsen sepatu domestik diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan menambah variasi produk untuk membentuk persepsi bahwa sepatu buatan dalam negeri berkualitas tinggi. Di samping itu, mengingat tidak setiap sikap patriotisme diwujudkan dengan membeli produk dalam negeri maka merek sepatu domestik se bisa mungkin mengurangi upaya pemasaran dengan menggunakan isu nasionalisme. Produk sepatu domestik harus bisa menciptakan varian produk yang *up to date* agar lebih mudah diterima oleh pasar.

Untuk menstimulus kecintaan anak muda pada produk dalam negeri pemerintah sebaiknya melakukan program serta kampanye pemasaran lebih *massive*. Kampanye cintai produk dalam negeri dapat membangkitkan rasa saling memiliki antar warga masyarakat sehingga mereka akan peduli dengan nasib produk-produk dalam negeri. Pemilihan bintang iklan cintai produk indonesia disarankan memilih publik figur atau artis yang memiliki rasa nasionalisme yang tinggi serta berpengaruh bagi anak muda seperti Raditya Dika, Pandji Pragiwaksono, atau Ridwan Kamil.

Kampanye yang dilakukan pemerintah juga harus diteruskan oleh perusahaan sepatu asing dengan menciptakan event-event tertentu di komunitas anak muda. Tingkat kolektivitas anak muda yang cukup tinggi dimanfaatkan untuk melakukan promosi produk. Perusahaan sepatu lokal sebaiknya melakukan program pemasaran yang melibatkan komunitas anak muda seperti event musik, olahraga, ataupun *touring* dengan menambah unsur budaya dan nasionalisme. Perusahaan juga bisa bekerja sama dengan leader serta teman dalam komunitas untuk mempengaruhi preferensi pembelian konsumen.

2. Implikasi Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya perlu mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel anteseden lainnya seperti sejarah penjajahan, dogmatisme, dan *World Mindedness*. Selain itu, cakupan wilayah penelitian perlu diperluas, penggunaan objek lain juga perlu

dilakukan untuk lebih menguji variabel yang digunakan pada penelitian ini.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan yang harus dibenahi di penelitian lebih lanjut. Desain penelitian dapat dikatakan masih belum sempurna karena terbatasnya penggunaan indikator yang digunakan sebagai acuan pembuatan kuesioner untuk pengumpulan data. Akibatnya, data yang diperoleh dari lapangan pun tidak sempurna, sehingga menyebabkan adanya data yang tidak normal, *outliers* serta menimbulkan gejala *Multicolinearity*, dan *Singularity*. Maka untuk penelitian selanjutnya diperlukan adanya penambahan Indikator setiap variabel khususnya untuk variabel konservatisme, kolektivisme, dan propaganda pemerintah.

Keterbatasan lain yang muncul adalah adanya kelemahan dalam pengumpulan data. Peneliti tidak bisa mengawasi langsung responden dalam memberikan jawaban. Tidak sedikit respon yang menjawab asal-asalan karena kurang cermat dalam memahami pertanyaan. Peneliti juga menyadari keterbatasan dalam melakukan telaah penelitian dikarenakan keterbatasan kemampuan personal, kurangnya pengetahuan dan literatur. Besar harapan peneliti agar keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini dapat diatasi pada penelitian selanjutnya.