

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi berada pada $0,000 < 0,05$. Artinya, ajakan boikot di media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi produk restoran cepat saji mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa ajakan boikot berperan dalam membentuk keputusan konsumsi mahasiswa.
2. Berdasarkan uji T (Uji Parsial), didapat nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t_{hitung} variabel X (ajakan boikot di media sosial) sebesar 14,010, lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu 1,976. Nilai t_{hitung} menunjukkan angka positif, artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa ajakan boikot produk diduga terafiliasi Israel di media sosial (X) berpengaruh secara signifikan dan memiliki arah positif terhadap perilaku konsumsi produk restoran cepat saji mahasiswa (Y).
3. Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi paparan ajakan boikot produk terafiliasi Israel di media sosial, maka semakin tinggi pula nilai perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi produk restoran cepat saji yang terafiliasi Israel. Nilai tertinggi pada variabel Y menunjukkan bahwa mahasiswa semakin jarang mengonsumsi produk yang diduga terafiliasi Israel. Hal ini menandakan ajakan boikot di media sosial memberikan pengaruh dalam penurunan perilaku konsumsi mahasiswa pada produk restoran cepat saji yang terafiliasi Israel. Oleh karena itu, implikasi yang terjadi pada mahasiswa adalah memutuskan untuk mengurangi konsumsi produk tersebut, atau bahkan ada yang berhenti mengonsumsi produk restoran cepat saji yang terafiliasi Israel.
4. Nilai R Square (R^2) pada penelitian ini adalah $0 < 0,562 < 1$, memiliki pengertian bahwa ajakan boikot produk terafiliasi Israel di media sosial (variabel X) memberikan pengaruh sebesar 56,2% ke perilaku

mahasiswa dalam mengonsumsi produk restoran cepat saji di Purwokerto (variabel Y). Besar persentase sisanya, yaitu 43,8% dijelaskan oleh variabel lain dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka rekomendasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian ini, diharapkan dapat menjelaskan persentase pengaruh sisanya, yaitu 43,8% dengan mencari faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi perubahan perilaku konsumsi mahasiswa di luar penelitian ini. Selain itu, diharapkan untuk dapat memperluas lokasi penelitian dan kriteria sampel, serta memperbanyak jumlah sampel guna mencapai generalisasi yang lebih akurat.
2. Pada saat terjadi aksi boikot, perusahaan lokal diharapkan dapat mengambil kesempatan untuk meningkatkan produksi produk lokal dan menargetkannya untuk konsumen dalam negeri.
3. Bagi perusahaan-perusahaan yang terafiliasi Israel tetapi memiliki lisensi dalam negeri, diharapkan untuk vokal dalam menyuarakan ketidakterlibatan perusahaan dalam mendukung Israel, sehingga masyarakat tau bahwa tidak ada keterkaitan perusahaan yang sudah memiliki *national license* dengan dukungan terhadap Israel.
4. Bagi pembaca dan masyarakat secara umum, diharapkan untuk dapat mendukung aksi boikot produk yang terafiliasi Israel sebagai bentuk solidaritas global terhadap masyarakat Palestina. Selain mulai mengurangi konsumsi atau pemakaian produk yang terafiliasi Israel, diharapkan untuk dapat mencari pengganti produk tersebut dan beralih ke produk lokal sebagai bentuk dukungan produk dalam negeri.

