

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut kesimpulannya seperti:

1. Minat beli sepatu lokal pada Generasi Z sangat tinggi dan sangat efektif didukung oleh Minat transaksional yang diukur oleh ketertarikan membeli sepatu lokal dan senang membeli sepatu lokal, *emotional value* yang diukur oleh kesukaan terhadap sepatu lokal dan merasa senang saat membeli sepatu lokal, *price value* yang diukur oleh harga sesuai dengan kualitas dan fitur yang diberikan, *functional value* yang diukur oleh sepatu lokal dapat diandalkan dan sepatu lokal berguna di setiap kegiatan, *interest* yang diukur oleh ketertarikan pada sepatu lokal di lokapasar dan keinginan membeli karena visualisasi produk, dan yang terakhir *attention* yang diukur oleh produk yang dipromosikan berkualitas dan model sepatu lokal menyita perhatian.
2. Faktor yang paling berpengaruh yaitu keunikan produk, kepercayaan terhadap produk, harga yang terjangkau, konten di media sosial yang menarik, dan yang terakhir adalah perasaan diterima oleh orang lain.

B. Implikasi

Berikut implikasi yang dinyatakan dengan cara teoritis serta praktis yakni:

1. Implikasi Teoritis

Menemukan bahwasannya dimensi teori AID dan *Perceived Value* bisa dimanfaatkan guna menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli sepatu lokal. Selain itu, hasil analisis faktor eksploratori (EFA) yang sudah dilaksanakan memperlihatkan bahwasannya faktor *social value*, kepercayaan terhadap produk, harga, produk lokal, model dan keyakinan membeli produk, iklan di media sosial, persepsi terhadap produk sepatu lokal, keunikan produk, kualitas produk, dan ketertarikan terhadap konten bisa dikembangkan atau ditambahkan guna menguji minat beli sepatu lokal. Maka pengujian terhadap variabel-variabel yang ditemukan bisa terus diuji dengan empiris.

2. Implikasi Praktis

Yakni hasil penelitian ini menemukan bahwasannya faktor *social value*, kepercayaan terhadap produk, harga, produk lokal, model dan keyakinan membeli produk, iklan di media sosial, persepsi terhadap produk sepatu lokal, keunikan produk, kualitas produk, dan ketertarikan terhadap konten bisa memengaruhi minat beli sepatu lokal pada Generasi Z.

C. Keterbatasan Penelitian

Berikut merupakan keterbatasannya yakni:

1. Subjek penelitian hanya difokuskan pada Generasi Z serta wilayah yang diteliti.

2. Sampel masih belum cukup komprehensif guna mencakup Generasi Z di wilayah Jabodetabek untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang dapat dibentuk lewat analisis faktor eksploratori (EFA).
3. Hanya memanfaatkan teori AID serta Perceived Value guna mendeskripsikan minat beli sepatu lokal. Kemungkinan masih banyak teori yang dapat dikembangkan guna memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli sepatu lokal.

D. Rekomendasi Penelitian

Mengingat keterbatasan penelitian ini, berikut merupakan rekomendasi guna penelitian berikutnya:

1. Bisa memperluas objek, subjek, serta tempat penelitian, sebab penelitian ini hanya mencakup sepatu lokal sebagai objek serta Generasi Z sebagai subjek. Selain itu, sebab penelitian ini hanya mencakup wilayah Jabodetabek, diinginkan penelitian berikutnya bisa memperluas memperluas wilayah penelitian.
2. Menambah jumlah sampel penelitian sehingga bisa ditemukan faktor yang berpotensi mempengaruhi minat beli sepatu lokal.
3. Bisa memperkaya teori, metode analisis, dan perspektif yang dimanfaatkan guna mendeskripsikan minat beli.