

## BAB V

### Kesimpulan dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil perhitungan dan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Country of origin* tidak berpengaruh signifikan terhadap *consumer animosity*. Pada hasil uji hipotesis diatas nilai *country of origin* terhadap *consumer animosity pvalue*  $0,02 < 0,05$  dan nilai t-statistic sebesar  $1,587 < 1,96$  yang artinya *country of origin* tidak berpengaruh terhadap *consumer animosity*
2. *Country of origin* tidak berpengaruh signifikan terhadap *boycott behaviour*. Pada hasil uji hipotesis diatas nilai *country of origin* terhadap *boycott behaviour pvalue* kurang dari  $0,05$  dan nilai t-statistic sebesar  $0,610 < 1,96$  yang artinya *country of origin* tidak berpengaruh terhadap *boycott behaviour*.
3. *Consumer animosity* berpengaruh signifikan terhadap *boycott behaviour* sesuai dengan hasil dari uji hipotesis pada penelitian diatas yang didapat nilai t-statistic sebesar  $16,456$  menunjukkan nilainya lebih besar dari  $1,96$ .
4. *Country of origin* dan *consumer animosity* secara sama – sama memiliki berpengaruh signifikan terhadap *boycott behaviour*, dengan persentase pengaruh sebesar  $71,4\%$ , sedangkan sisanya sebesar  $28,6\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kepada temuan hasil penelitian dan analisis seperti yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Penelitian dalam hal boikot masih dinilai sangat kurang di Indonesia, mengingat boikot adalah sebuah tindakan yang baru – baru ini mencuat kepermukaan karena adanya isu mengenai penjajahan terhadap masyarakat Gaza di Palestina oleh negara Israel. Maka dengan adanya penelitian ini akan hadir peneliti – peneliti yang lain mengangkat isu ini lebih dalam dengan menambahkan variable lain atau menggantinya dengan variable lain untuk dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat contoh variable yang bisa ditambahkan yaitu *religious*.

2. Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain untuk dapat meneliti pengaruh *country of origin* dan *consumer animosity* terhadap *boycott behaviour*, semisalnya dengan melakukan juga wawancara secara langsung dan lebih detail menggali informasinya terhadap responden, sehingga bisa mendapatkan informasi yang lebih beragam variasinya daripada kuesioner yang jawabannya telah tersedia dan bisa dipilih oleh responden.