

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui beberapa pembahasan dalam bab sebelumnya mengenai hubungan antara variabel faktor sosial (informasi & normatif); faktor personal (nilai kesadaran, integritas, pencarian sensasi); sikap ketaatan hukum dengan sikap dan niat membeli terhadap barang palsu yang disimpulkan dari hasil pengujian terhadap 207 responden masyarakat kota Batam, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{1a} dari variabel Informasi Rentan dengan uji regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar (0.016) yang artinya terdapat pengaruh negatif antara variabel informasi rentan terhadap sikap. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti Hidayat dan Diwasasri (2013); Wang *et al.* (2005). Namun, pengujian hipotesis H_{1b} menunjukkan hasil pengujian yang diperoleh berada di atas 0.05 yaitu (0.254) yang artinya variabel informasi rentan tidak berpengaruh terhadap niat membeli. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis mediator menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{1c} menunjukkan tidak adanya pengaruh hubungan yang memediasikan antara variabel Sikap terhadap Informasi Rentan dan Niat Membeli.
2. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{2a} dari variabel Normatif Rentan dengan uji regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar (0.025) yang artinya terdapat pengaruh negatif antara variabel normatif rentan terhadap sikap. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti

Hidayat dan Diwasasri (2013); Wang *et al.* (2005). Namun, pengujian hipotesis H_{2b} menunjukkan hasil pengujian yang diperoleh berada di atas 0.05 yaitu (0.490) yang artinya variabel normatif rentan tidak berpengaruh terhadap niat membeli konsumen. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis mediator menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{2c} menunjukkan tidak adanya pengaruh hubungan yang memediasikan antara variabel Sikap terhadap Normatif Rentan dan Niat Membeli.

3. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{3a} dari variabel nilai kesadaran dengan uji regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar (0.000) yang artinya terdapat pengaruh positif antara variabel nilai kesadaran terhadap sikap akan barang palsu. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti Hidayat dan Diwasasri (2013); Riquelme dan Abbas (2012); Maldonado, 2005. Pengujian hipotesis H_{3b} dari hasil uji regresi (0.000) yang artinya variabel nilai kesadaran juga berpengaruh positif antara nilai kesadaran terhadap niat membeli konsumen akan barang palsu. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti (Hidayat & Diwasasri, 2013; Carpenter & Edwards, 2013; Fernandes, 2012; Shaari & Halim, 2006). Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis mediator menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{3c} menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif yang memediasikan antara variabel Sikap terhadap Nilai Kesadaran dan Niat Membeli.
4. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{4a} dari variabel integritas dengan uji regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar (0.045) yang artinya terdapat pengaruh negatif antara variabel integritas terhadap sikap akan

barang palsu. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti (Hidayat & Diwasasri, 2013; de Matos et al., 2007). Namun, pengujian hipotesis H_{4b} dari hasil pengujian yang diperoleh berada diatas 0.05 yaitu (0.823), yang artinya variabel integritas tidak berpengaruh terhadap niat membeli konsumen akan barang palsu. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis mediator menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{4c} menunjukkan tidak adanya pengaruh hubungan yang memediasikan antara variabel Sikap terhadap Integritas dan Niat Membeli

5. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{5a} dari variabel pencarian sensasi dengan uji regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar (0.000) yang artinya terdapat pengaruh positif antara variabel pencarian sensasi terhadap sikap akan barang palsu. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti (Hidayat & Diwasasri, 2013; Wang et al., 2005). Namun, pengujian hipotesis H_{5b} dari hasil pengujian yang diperoleh berada diatas 0.05 yaitu (0.143), yang artinya variabel pencarian sensasi tidak berpengaruh terhadap niat membeli konsumen akan barang palsu. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis mediator menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_{5c} menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif yang memediasikan antara variabel Sikap terhadap Pencarian Sensasi dan Niat Membeli.
6. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H_6 dari variabel sikap ketaatan hukum dengan uji regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar (0.000) yang artinya terdapat pengaruh positif antara variabel sikap ketaatan

hukum terhadap niat membeli akan barang palsu. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti Budiman (2012).

7. Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis H₇ dari variabel sikap akan barang palsu dengan uji regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar (0.000) yang artinya terdapat pengaruh positif antara variabel sikap akan barang palsu terhadap niat membeli akan barang palsu. Hasil penelitian konsisten dengan peneliti (Hidayat & Diwasasri, 2013; Budiman, 2012; Chaudary et al., 2014; Rizwan et al., 2014; Wang et al., 2005).

5.2 Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini terdapat keterbatasan yang mengakibatkan kurang sempurnanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan barang palsu adalah objek yang sensitif, maka keterbatasan peneliti dalam penelitian ini adalah pengumpulan data dari responden.
2. Berkaitan dengan perekonomian setiap Negara, maka keterbatasan peneliti dalam penelitian ini adalah hasil yang didapatkan dari pengujian tentunya terdapat perbedaan dengan hasil pengujian di Negara lain.

5.3 Rekomendasi

Penulis mengharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan menggunakan kategori produk yang berbeda untuk membuktikan lebih lanjut signifikansi faktor sikap yang mempengaruhi niat membeli.
2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya meneruskan meneliti hubungan faktor sikap yang mempengaruhi niat membeli akan barang palsu di Negara yang berbeda dan menambah variabel – variabel seperti *Ethical Consciousness*, *Price Quality Inference* dan *Consumer Ethics*.
3. Setelah mengetahui bahwa sikap dari kepribadian dan lingkungan dapat mempengaruhi seseorang membeli barang palsu maka diharapkan untuk perusahaan barang asli tetap memotivasikan konsumen dengan menawarkan berbagai inovasi produk kepada konsumen dan membedakan produk dan merek sendiri dengan barang palsu.