

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai *branderpreneurship mindset* dan intensi pada pelaku UMKM di Kota Bekasi, disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *brandpreneurship mindset* dengan intensi dengan nilai 95,4% dan 4,6% di pengaruhi oleh faktor lain. Hasil hipotesis  $H_a$  diterima terdapat pengaruh *branderpreneurship mindset* dengan intensi pada pelaku UMKM, sedangkan  $H_0$  ditolak tidak ada pengaruh *branderpreneurship mindset* dengan intensi pada pelaku UMKM.
2. Berdasarkan uji kategorisasi pada individu yang menjadi subjek peneliti yaitu, pelaku UMKM yang menunjukkan bahwa pada nilai yang tinggi pada kategorisasi dalam *branderpreneurship mindset* dan intensi.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

##### 5.2.1 Saran Praktis

1. Individu yang memiliki *branderpreneurship mindset* yang tinggi diinginkan memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan memanfaatkan *brand* secara efektif dan fokus pada citra merek yang kuat.
2. Individu yang memiliki *branderpreneurship mindset* yang rendah diharapkan untuk mendalami konsep pola pikir wirausaha terhadap *brand* dan evaluasi melalui pelatihan atau seminar.
3. Individu yang memiliki intensi tinggi diinginkan menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnis nya.

4. Individu yang memiliki intensi rendah diharapkan mengadakan pelatihan atau seminar untuk membantu para pelaku usaha memahami pentingnya membangun *brand* di era digital.
5. Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengimplementasikan alat ukur pada penelitian ini, yang serupa hanya saja responden dikembangkan, misalnya untuk individu yang masih bersekolah atau mahasiswa.

### 5.2.3 Saran Teoritis

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini sumber dan referensi yang digunakan masih susah didapatkan. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya agar lebih menambah referensi yang valid dalam fenomena yang diangkat, dan memperdalam pengaruh yang dipengaruhi oleh faktor lain, yaitu :

1. Motivasi Pribadi: Tingkat keinginan individu untuk berhasil dalam bisnis mereka.
2. Self-Efficacy: Keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk menjalankan dan mengelola bisnis dengan sukses.
3. Kepuasan Kerja: Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha individu.
4. Persepsi Risiko: Cara individu melihat dan menanggapi risiko yang terkait dengan menjalankan bisnis.
5. Kondisi Pasar: Permintaan pasar, persaingan, dan kondisi ekonomi secara umum juga dapat mempengaruhi intensi untuk berwirausaha atau mengembangkan bisnis lebih lanjut.
6. Jaringan dan Relasi: Hubungan dengan pelanggan, supplier, dan jaringan bisnis lainnya dapat memainkan peran penting dalam menentukan intensi bisnis.