

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Garut memiliki banyak industri kreatif di bidang *fashion* yang berkembang dan banyak dikunjungi oleh para wisatawan, sehingga Garut dijadikan sebagai daerah wisata belanja. *Fashion* semakin berkembang seiring berjalannya waktu dan *fashion* merupakan kebutuhan dalam kehidupan manusia. Beragam produk-produk *fashion* ditawarkan bagi masyarakat, seperti *T- shirt*, jaket, sweater, topi, celana dan lain-lain. Produk *fashion* semakin diminati oleh masyarakat karena dikemas semenarik mungkin dengan brand yang beragam, salah satu produk *fashion* yang dikemas secara menarik adalah produk yang terdapat di *local brand*, sehingga menarik perhatian anak muda. Munculnya berbagai merek-merek *fashion* lokal dengan desain grafis atau ilustrasi kreatif memunculkan keunikan dan memiliki karakteristik yang beragam.

Garut memiliki bermacam-macam industri kreatif, seperti industri kuliner, *fashion*, jaket kulit, sepatu dan lain-lain. Industri *fashion* merupakan salah satu industri kreatif yang banyak digemari oleh masyarakat, seperti halnya industri kreatif yang digemari oleh anak muda adalah *local brand*. *Local brand* digemari oleh anak muda karena memiliki produk-produk *fashion* dengan desain yang menarik dan diproduksi secara terbatas. Desain grafis berupa gambar ilustrasi pada suatu produk *fashion*, khususnya terdapat pada produk yang memiliki gambar-gambar ilustrasi dan tipografi yang menarik, kreatif, dan unik sebagai daya tarik para pembeli untuk menikmatinya.

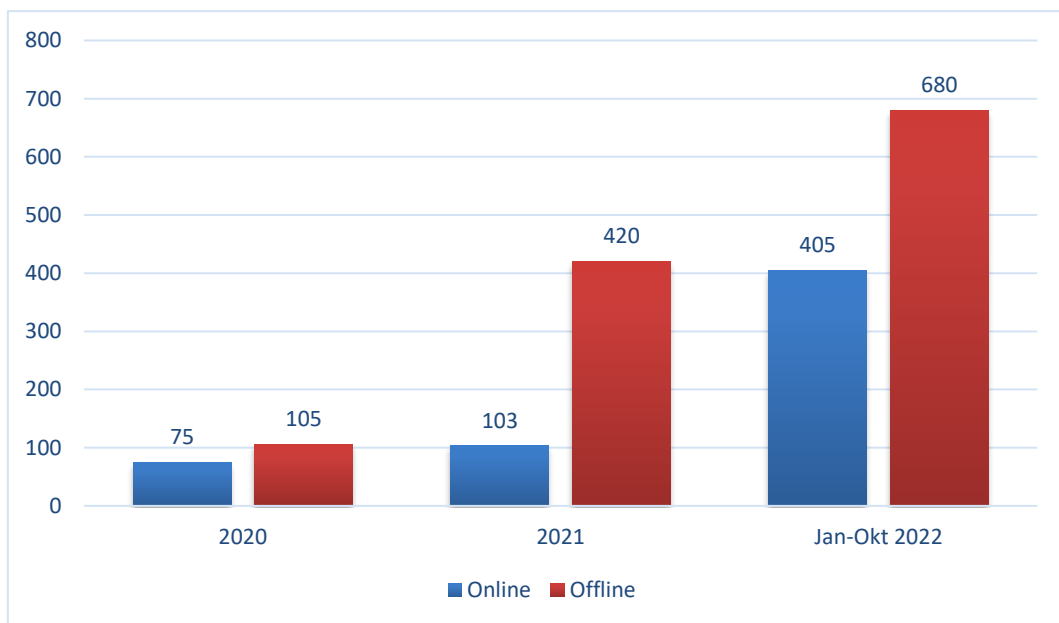
Desain grafis pada produk local brand di Garut, sedang mengarah pada tren desain grafis yang sederhana, mayoritas menampilkan nama-nama brand-nya dan juga menggunakan warna dasar yang mempunyai ciri khas *monochrome*, salah satu brand yaitu Janluph juga membuat desain grafis yang mengikuti tren seperti itu, namun brand Janluph memiliki suatu ciri khas dari desain grafis tersendiri dengan gambar yang detail yang mengarah kepada *artwork* yang unik dan menampilkan ciri khas nama *brand*-nya tidak hanya secara langsung tapi juga secara tidak langsung atau tersirat yaitu pada desain merek Janluph dengan *Artwork* dan Tipografi yang dapat diungkap melalui pemaknaan desain grafis pada produk tersebut.

Janluph adalah salahsatu brand yang mempunyai tagline “Jangan Lupa Istirahat” sebagaimana menjadi salah satu gerakan sosial kepada masyarakat khususnya yang ada di kabuapten Garut. Janluph hadir di Kabupaten Garut sebagai pelopor yang menyuarakan gerakan-gerakan sosial melalui beberapa produk yang dimilikinya, Dengan dibuatnya beberapa produk berupa merchandise, seperti *T-Shirt*, Celana, Topi, *Sweater*, *Totebag*, Asbak dan beberapa produk lainnya.

Selain menjadi pusat perbelanjaan fashion, Janluph juga selalu hadir dan mendukung dalam beberapa event yang ada di kabupaten Garut baik menjadi *supporting* maupun menjadi *sponshorship*. Dengan hal itu Janluph menjadi daya tarik ketika membuka stand booth dengan memunculkan ide dan gagasan kreatif dari produk yang di jualnya. Acara yang pernah didukung oleh Janluph sendiri yang terdekat seperti Garut Skateborading Day pada tanggal 21 Juni 2022, Nowherethere Teenage Runaways pada tanggal 27 Maret 2022, Drawing Exhibition Tinggal Urut

yang dilaksanakan pada tanggal 29 – 31 Mei 2022 di Kedai Abelii Jl. Papandayan No. 103 Garut, Noise Syndicate pada tanggal 26 Agustus 2022 di Mine Kupa Jl. Guntur Melati Tarogong Kidul Kabupaten Garut dan masih banyak lagi kegiatan yang di support oleh Janluph lainnya.

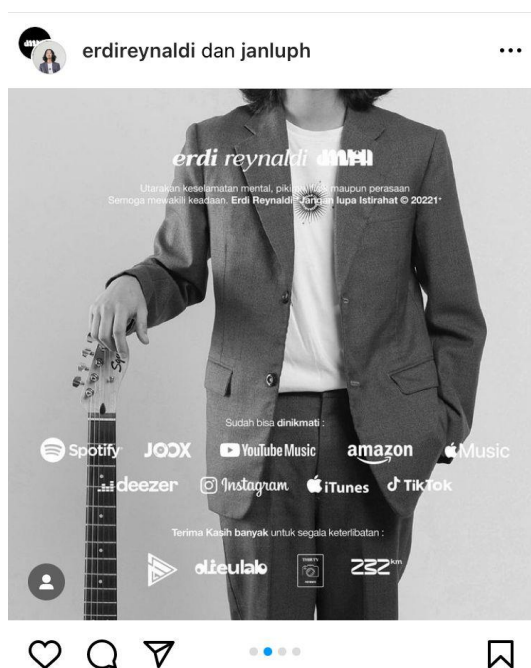
Grafik 1.1 Data Rekapitulasi Penjualan Produk Janluph



(Sumber: Hasil Observasi Bersama Owner Janluph)

Berdasarkan data pada tabel 1 terkait hasil rekapitulasi penjualan produk Janluph dilaporkan bahwa pada tahun 2020 Janluph mengeluarkan 180 produk yang laku terjual melalui penjualan secara Online terdapat 75 produk dan 105 produk terjual secara Offline. Pada tahun kedua yaitu pada tahun 2021 Janluph mengalami kenaikan dari pengeluaran produk serta penjualan yang lumayan adanya kenaikan secara signifikan. Janluph pada tahun 2021 mengeluarkan produk sebanyak 523 produk dalam setahun yang terjual secara online sebanyak 103 produk dan 420 produk terjual secara Offline. Kemudian pada tahun berikutnya di tahun 2022

terhitung sampai bulan Oktober Janluph kini dapat mengeluarkan 1085 produk yang terjual secara Online maupun Offline. Pada tahun 2022 kini Janluph mengalami kenaikan secara pesat dengan hasil data penjualan secara online terdapat 405 Produk yang terjual dan secara Offline terdapat 680 produk yang terjual. Dapat disimpulkan bahwa kini Janluph telah mengalami kenaikan dari segi penjualan mulai dari tahun 2020 sampai dengan 2022.



Gambar 1.1 Postingan Instagram Kolaborasi Janluph dengan Erdireynaldi
(Sumber: <https://www.instagram.com/janluph/erdireynaldi>)

Salah satu musisi asal Garut Erdi Reynaldi antusias terhadap brand Janluph hingga akhirnya Erdi berkolaborasi untuk mengeluarkan mini albumnya yang berjudul jangan, lupa dan istirahat. Ketiga single lagu tersebut telah release pada tanggal 1 September 2022 pada beberapa platform digital seperti Spotify, Joox, Youtube Music, Amazon, Apple Music, deezer, Instagram, iTunes dan Tiktok. Selain dari judul lagu yang dibawa dari Janluph sendiri, namun beberapa karya

desain grafis juga telah Janluph sumbangkan kepada Erdi sebagai kolaborasi karya mulai dari artwork album sampai video klip yang dibawakannya dengan gaya dan ciri khas tifografi Janluph itu sendiri.

Beberapa konsumen setiap harinya selalu ada untuk membeli produk Janluph baik secara *online* maupun *offline*, konsumen Janluph sendiri terdiri dari beberapa kalangan mulai dari beberapa komunitas skateboard, BMX hingga para musisi-musisi local Garut pun sangat antusias terhadap Brand Janluph tersebut. Terlihat dari beberapa postingan media sosial Instagram Janluph dari fitur tag. Beberapa produk dari Janluph tersebut para pengguna atau konsumen sengaja di publikasikan kepada media sosialnya masing-masing karena da beberapa desain tipografi dan quotes-quotes yang dihadirkan Janluph sebagai media komunikasi yang mewakilinya.

Salah satu seniman dan aktris asal Garut, Epy Kusnandar sekaligus sebagai bintang film dari sinetron Preman Pensiun pun mengapresiasi kepada anak muda yang berfokus terhadap dunia fashion khususnya kepada Janluph sendiri yang dimana menjadi sasaran para seniman untuk memakai, membaca dan menikmati beberapa produk yang keluarkan oleh Janluph sebagi apresiasi terhadap anak muda yang mempunyai ide dan gagasan karya dalam *fashion* khususnya pada gaya desain yang dimiliki oleh Janluph tersebut.

Hal yang menjadi keunikan dari salah satu brand lokal ini, peneliti tertarik terhadap beberapa desain grafis yang dibuat oleh Janluph untuk dijadikan media komunikasi sebuah produk yang bertuliskan “Jangan Lupa Istirahat” sebagai mana

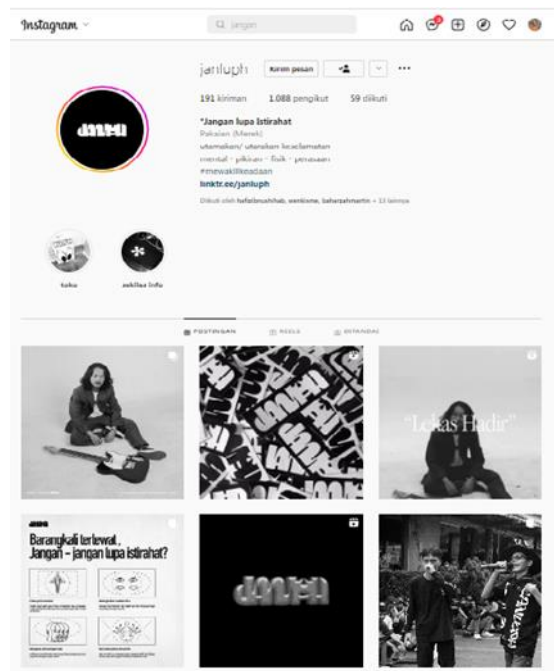
pesan yang disampaikan melalui produknya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat khususnya di Kabupaten Garut sebagai pengingat, penyadaran serta motivasi yang dilakukan oleh Janluph lewat media komunikasi produk yang dimilikinya.

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mencari tahu secara mendalam pemakaian desain grafis pada produk Janluph yang menggunakan desain grafis dengan *Artwork* dan Tipografi yang unik. Karya desain grafis tersebut tercantum pada beberapa produk yang dimilikinya mulai dari *t-shirt*, jaket, *sweater*, celana, topi, *totebag*, *benny head* hingga Asbak yang di produksi oleh Janluph selalu hadir dengan gaya desain yang kreatif dan unik. Hal inilah yang menjadi alasan utama pemilihan tema “Jangan Lupa Istirahat “ pada penelitian ini dengan judul “Makna Komunikasi Desain Grafis Janluph“ (Studi *Fenomenologi* Tentang Makna Komunikasi Desain Grafis Janluph di Kabupaten Garut)

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks artistik (tipografi) dan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan. Desain grafis diakui sebagai sebuah karya seni rupa yang kaya akan berbagai macam teknik untuk menghasilkan karya yang dibuat, pembuatan karya dari cara manual sampai digital. Desain grafis juga mempunyai dampak yang besar kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, karena keberadaannya mampu menginformasikan suatu fenomena tertentu.(Cann, 2018)

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena mengingat fenomena adanya karya desain grafis dari merk Janluph yang diminati oleh khususnya

masyarakat di Kabupaten Garut. Desain grafis yang bagus pada sebuah produk, akan menarik minat masyarakat untuk memakai, membaca, melihatnya bahkan memilikinya sehingga pesan yang diinginkan disampaikan tepat sasaran. Adapun yang menjadi keunggulan pada penelitian ini dapat dilihat dari penelitian terdahulu yang tidak menggunakan teori fenomenologi atau melihat dari segi pengalaman para pelaku maupun pengguna, tetapi dapat disimpulkan bahwa beberapa penelitian terdahulu tentang desain grafis selalu menggunakan teori seperti semiotika dengan meneliti sebuah gambar atau tanda-tanda yang terdapat pada objek penelitiannya sedangkan peneliti sengaja menggunakan teori fenomenologi agar dapat bisa menggali lebih dalam tentang motif, pengalaman serta makna yang terkandung pada karya desain grafis yang dibuat oleh Janluph.



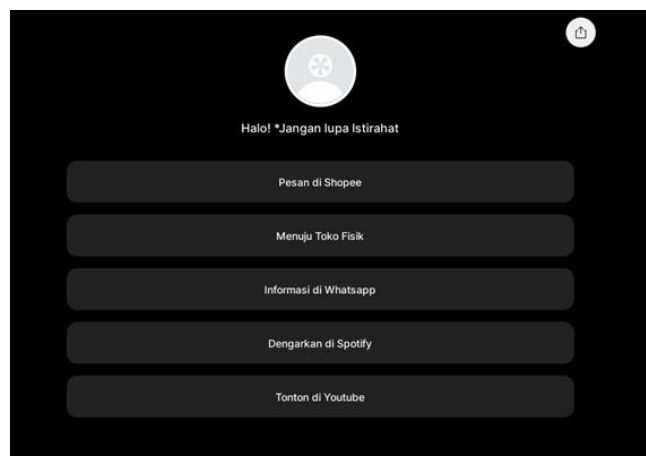
Gambar 1.2 Media Sosial Instagram Janluph
(Sumber: <https://www.instagram.com/janluph/>)

Berdasarkan gambar hasil *screenshoot* pada profil media sosial instagram janluph tertera pada bio instagram bahwa *brand* tersebut mempunyai tagline dan ciri khas yang berbeda pada umumnya, utamakan atau utarakan keselamatan mental, pikiran, fisik dan perasaan dengan tagar #mewakilikeadaan. Dengan hal tersebut janluph selain mempromosikan iklannya dalam instagram namun janluph juga mempunyai tujuan yang berbeda yakni sekaligus mewakili keadaan masyarakat untuk selalu menjaga kesehatannya dengan cara jangan lupa untuk istirahat.



Gambar 1.3 Toko Janluph
(Sumber: <https://www.google.com/maps/place/>)

Gambar tersebut menunjukkan sebuah toko yang bernama duatigadua kilometer yang dimana salah satunya terdapat beberapa produk janluph sebagai pusat perbelanjaan *offline* dengan nuansa yang sederhana dan didesain oleh tulisan typografi yang berlokasi di Jl. Pasundan No.5, Kota Kulon, Kec. Garut Kota, Kabupaten Garut, Jawa Barat.



Gambar 1.4 Alternatif Cara Pembelian Produk dan Media Sosial Janluph
(Sumber: <https://linktr.ee/janluph>)

Berdasarkan gambar hasil *screenshoot website Linktree* yang juga tertera pada bio instagram janluph bahwa menunjukkan beberapa alternatif cara pembelian produk mulai dari shopee, lokasi toko, whatsapp, dan beberapa iklan promosi yang

bisa didengarkan di spotify juga dapat di tonton pada channel youtube janluph. Pada spotify Janluph berkolaborasi dengan salah satu musisi asal Garut juga Eldi Reynaldi dengan mengkampanyekan sebuah tagline dari janluph tersebut dengan judul lagu pada mini album.



Gambar 1.5 Karya Desain Grafis Janluph Pada Sebuah Kaos
(Sumber: <https://www.instagram.com/janluph/>)

Dari desain T-Shirt tersebut janluph mempunyai ciri khas warna dan motif desain yang unik mulai dari warna monochrome dan bentuk tipografi yang melambangkan simbol-simbol dan gambar lekukan garis yang tidak beraturan serta dilengkapi oleh kata-kata bijak atau quotes dari Janluph. Hal tersebut menunjukkan bahwa merk dari janluph ini tidak lepas dari karya seni desain grafis yang selalu menggambarkan pesan sosial kepada masyarakat.



Gambar 1.6 Bentuk Kampanye Janluph Pada Sebuah Poster
(Sumber: Sumber:<https://www.instagram.com/janluph>)

Dari gambar tersebut menunjukkan beberapa poster hasil karya desain grafis dari bahan kertas dan canvas yang berada di salah satu kedai kopi dengan beberapa motif yang berbeda serta memiliki arti dan pesan untuk bisa dibaca dan dinikmati oleh siapa saja yang berkunjung ke tempat tersebut, selain menikmati makanan ataupun minuman konsumen juga dapat menikmati spot srea Photobooth yang berlatarkan poster-poster dari hasil karya Janlupuh.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusnita Ayunani dengan judul Desain Grafis Pada Kaos untuk Media Kampanye Go green. Fokus masalah pada penelitian terdahulu ini adalah adanya kesadaran untuk bisa lebih peduli terhadap lingkungan dengan cara sosialisasi Go green melalui kampanye yang menggunakan desain grafis pada kaos. Hasil dari penelitian tersebut bahwa kaos dimanfaatkan sebagai media berkarya, sekaligus sebagai media kampanye go green. Selain itu juga sebagai jembatan penghubung antara

pihak yang berkepentingan di dunia bisnis dan hal-hal yang berkaitan dengan media komunikasi. Objek yang ditampilkan dalam desain kaos tersebut adalah gambar-gambar simbolis, ilustrasi kartun, logo suatu produk, benda pakai, dan tulisan. Hal ini berbeda dengan iklan media elektronik dan iklan media cetak yang hanya dinikmati sesaat. Objek yang ditampilkan dalam desain kaos ini adalah gambar-gambar simbolis, ilustrasi kartun, logo suatu produk, benda pakai, dan tulisan yang berkaitan dengan go green. (Ayunani Yusnita, 2011)

Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti serta tempat penelitian. Pada penelitian Yusnita Ayunani meneliti Desain Grafis pada Kaos untuk Media Kampanye Go green. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan Makna Desain Grafis sebagai objek penelitian yang akan digunakan. Tempat penelitian pada penelitian Yusnita Ayunani di Kota Semarang Jawa Tengah, sedangkan tempat penelitian pada penelitian ini di Kabupaten Garut Jawa Barat.

Keunikan dari penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana pemanfaatan desain grafis pada suatu produk selain menjadi daya tarik pembeli namun dapat juga sekaligus memberikan pesan kepada remaja khalayak khususnya bagi remaja lewat beberapa produk yang melakukan gerakan sosial dilihat dari perspektif kualitatif yang mana ini akan lebih berhubungan dan dibahas secara detail karena penelitian dilakukan langsung di lapangan dan berkomunikasi secara langsung dengan para informan dengan wawancara secara mendalam sehingga hasilnya akan lebih *real* dengan apa yang terjadi dan dirasakan oleh masyarakat dan konsumen mengenai Makna Komunikasi Desain Grafis Janluph. Penelitian ini akan dilakukan kepada masyarakat yang terlibat khususnya di Kabupaten Garut.

Penelitian yang kedua juga sama sejalan dengan penelitian serupa Nurma Zuafa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul “Karya Desain Grafis Sebagai Materi Dakwah” (Studi Tentang Produk Desain Grafis dan Materi Dakwah Dalam Grup “Muslim Designer Community” di Facebook). Skripsi tersebut menggunakan metode kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis isi yang tidak hanya memfokuskan penelitian terhadap komunikasi yang tersurat, namun juga untuk mengetahui isi komunikasi yang tersirat. Penelitian penulis sebelumnya dengan penelitian yang dibahas memiliki perbedaan yang terletak pada judul, media aksesnya, dan objek penelitiannya. Dalam hal ini bahwa persamaan antara beberapa sumber bahwa sama- sama membahas penelitian tentang desain grafis, akan tetapi berbeda dalam objek sasarannya (Zuafa, 2016).

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, maka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi dari Alfred Schutz dan Edmund Husserl. Fenomenologi adalah kemunculan suatu objek, peristiwa, atau kondisi dalam persepsi seorang individu yang berasal dari kata *phenomenon*. Asumsi yang mendasari teori ini adalah bahwa fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data yang utama dalam memahami sebuah realitas. Apa yang dapat diketahui seseorang adalah apa yang dialaminya. Teori fenomenologi menjelaskan dan memberikan penekanan yang kuat pada interpretasi dan persepsi dari pengalaman subjektif manusia. Hal ini sesuai dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti mengenai desain grafis lebih dalam (Nindito, 2010).

Motif merupakan suatu pengertian yang mencakup semua penggerak, keinginan, alasan, atau dorongan dari dalam diri manusia yang menyebabkan manusia itu untuk melakukan sesuatu. Menyangkut motif, Alfred Schutz membaginya menjadi dua yaitu motif “untuk” atau *“in order to motives”* yang merujuk pada masa yang akan datang serta motif “karena” atau *“because motives”* yang merujuk pada masa yang telah lewat. Menurut Schutz, setiap tindakan yang dilakukan oleh individu akan selalu memiliki tujuan atas tindakan yang dilakukan. Makna merupakan sesuatu yang terdiri atas potensi dari sesuatu itu sendiri pada hidup seseorang, yang mana artinya adalah bagaimana seseorang memandang suatu objek tergantung dari makna objek itu sendiri bagi orang tersebut. Menurut Husserl, makna itu ada dalam hubungan objek nyata dengan objek dalam kesadaran (Kuswarno, 2006). Pengalaman merupakan sesuatu yang dialami oleh diri manusia. Melalui pengalaman, manusia memiliki pengetahuan, pengetahuan melandasi kesadaran yang membentuk pemaknaan. Menurut pemikiran dari fenomenologi, seseorang yang melakukan interpretasi atas pengalaman suatu peristiwa akan memberikan makna kepada peristiwa yang dialaminya tersebut. Kondisi tersebut akan terus berlangsung antara pengalaman dan pemberian makna.

Motif memiliki peran penting dalam tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Hal tersebut dikarenakan motif berisikan alasan atau tujuan dari seseorang melakukan tindakan atau menentukan perilaku dan sikap. Berdasarkan uraian makna yang didapat, maka dalam penelitian ini mengartikan bahwa motif merupakan alasan pendorong seseorang melakukan tindakan dengan tujuan dan alasan tertentu (Pramiyanti et al., 2014).

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah dijelaskan, alasan pemilihan topik yang dilakukan peneliti dikarenakan pada saat ini desain grafis merupakan suatu metode yang banyak digunakan dalam berbagai kehidupan baik dalam suatu instansi, produk bisnis ataupun individu baik dalam segi membentuk citra, menyampaikan pesan, maupun meningkatkan ketertarikan pembeli pada suatu produk. Permasalahan ini timbul dari fenomena yang terjadi di Kabupaten Garut dengan banyaknya para remaja yang meminati pada sebuah produk Janluph yang sedang *trendy* di Kabupaten Garut khususnya terhadap beberapa komunitas kreatif, para pelaku seni, hingga para selebgram sengaja untuk membeli dan memakainya beberapa produk dari Janluph tersebut sebagai penikmat dilihat dari beberapa gaya desain yang dimilikinya. Peneliti akan menggali mengenai motif, pengalaman, serta makna komunikasi desain grafis Janluph khususnya yang ada di Kabupaten Garut. Untuk lebih memahami suatu fenomena, maka peneliti memilih untuk meneliti masalah ini dari kacamata dan perspektif kualitatif dengan judul “Makna Komunikasi Desain Grafis Janluph” (Studi Fenomenologi Tentang Makna Komunikasi Desain Grafis Janluph)

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian yang telah diuraikan, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Makna Komunikasi Desain Grafis Janluph?””Pertanyaan Penelitian

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, yang menjadi pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motif komunikasi pada desain grafis Janluph bagi pengguna ?
2. Bagaimana pengalaman komunikasi pada desain grafis Janluph ?
3. Bagaimana makna komunikasi pada desain grafis Janluph ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan makna komunikasi desain grafis Janluph di Kabupaten Garut.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk menjelaskan motif komunikasi pada desain grafis Janluph
2. Untuk menjelaskan pengalaman komunikasi pada desain grafis Janluph
3. Untuk menjelaskan makna komunikasi pada desain grafis Janluph

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan memperkaya referensi penelitian mengenai studi Fenomenologi serta diharapkan juga dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat untuk perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan terutama dalam ranah ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat bagi peneliti, yaitu menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti mengenai fenomena penggunaan makna komunikasi desain grafis. Dan juga hasil penelitian diharapkan data menjadi sumbangan pemikiran dalam menyikapi adanya penggunaan desain grafis di tengah-tengah kalangan masyarakat khususnya di dunia industri pakaian.

1.4.3 Manfaat Bagi Janluph

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan masukan bagi pihak toko dalam usaha menjual produk yang berkualitas, sehingga mampu meningkatkan dari segi penggunaan desain grafis, citra toko dan kepercayaan yang berdampak pada keputusan pembelian konsumen

1.4.4 Manfaat Bagi Desainer

Manfaat bagi para desainer dapat dijadikan acuan dalam membuat dan merancang suatu desain grafis dengan memahami dari pemaknaan komunikasi serta pemakaian elemen-elemen grafis yang lebih berkualitas.

1.4.5 Manfaat Bagi Konsumen

Manfaat untuk para pengguna dan pembeli dari produk tersebut dapat lebih

tau mengenai pemahaman makna komunikasi yang ada pada desain-desain yang terdapat pada produk tersebut, sehingga para konsumen selain menjadi kebutuhan ataupun kemauan dalam membeli produk juga dapat melihat dari sisi desain grafis sebagai acuan dalam membuat keputusan untuk membeli produk.

1.4.6 Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini untuk peneliti selanjutnya yaitu :

- 1) Dapat digunakan sebagai dasar atau sumber informasi agar lebih baik bagi peneliti selanjutnya.
- 2) Hasil dari penelitian yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya.
- 3) Dapat melakukan penelitian kembali dengan meninjau aspek lainnya yang belum diteliti.
- 4) Aspek yang belum diteliti dari penelitian ini peneliti menyarankan untuk bisa melihat dari cara meningkatkan penjualan produk dari toko tersebut.
- 5) Kemudian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran serta dapat memberikan literatur tambahan dalam strategi pemasaran terlebih dalam perilaku konsumen.
- 6) Selanjutnya peneliti juga dapat mengetahui dari aspek lainnya seperti kearifan lokal yang terdapat di daerah sesuai dengan objek penelitian yang dilakukan.