

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai “PENGARUH PRIVATE LABEL QUALITY TERHADAP STORE IMAGE” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penilaian dalam kualitas produk *private label* Indomaret pada penelitian ini dilihat dari beberapa aspek. (1) Penilaian aspek mengenai *private label* merupakan produk yang tidak mudah rusak, 53% responden setuju hal tersebut. (2) Penilaian aspek mengenai *private label* merupakan produk yang tahan lama, 49% responden setuju hal tersebut. (3) Penilaian aspek mengenai kepedulian Indomaret dalam produk *private label*, 58% responden setuju hal tersebut.
2. Penilaian dalam *store image* Indomaret pada penelitian ini dilihat dari beberapa aspek. (1) Penilaian aspek mengenai Indomaret hanya menjual produk-produk yang berkualitas, 39% responden setuju hal tersebut. (2) Penilaian aspek mengenai kesukaan terhadap produk-produk yang dijual di Indomaret, 51% responden setuju hal tersebut. (3) Penilaian aspek mengenai responden dapat mengetahui jumlah produk yang dibeli, 56% responden setuju hal tersebut. (4) Penilaian aspek mengenai Indomaret merupakan toko yang menarik, 45% responden setuju hal tersebut. (5) Penilaian aspek mengenai Indomaret merupakan toko yang bersih, 74% responden setuju hal tersebut. (6) Penilaian aspek mengenai Indomaret merupakan toko yang modern, 56%

responden setuju hal tersebut. (7) Penilaian aspek mengenai karyawan Indomaret yang selalu berpakaian baik dan rapih, 72% responden setuju hal tersebut.

3. *Private label quality* Indomaret dalam peranannya mempengaruhi *store image* memiliki nilai pengaruh yang cukup besar yaitu sebesar 12,2%. Hasil tersebut berpengaruh secara positif terhadap *store image*, yang artinya upaya peningkatan kualitas *private label* akan berpengaruh dalam meningkatkan *store image* secara positif.

5.2 Saran

- Umum:
 1. Dalam berupaya meyakinkan konsumen terhadap kualitas produk *private label*, Indomaret harus dapat memberikan jaminan kualitas terhadap produk-produknya, seperti memberikan garansi ketahanan selama minimal 1 bulan terhadap produk-produk (contoh: alat-alat rumah tangga seperti sapu, pel lantai, dll) yang rentan rusak dalam pemakaian jangka pendek. Sehingga produk *private label* dapat terus bersaing dengan produk-produk merek lain yang berkualitas.
 2. Dalam kepedulian terhadap produk *private label* selain pengiklanan didalam toko, Indomaret juga harus mengupayakan suatu gerakan dalam mempromosikan produknya seperti pemberian potongan harga, diskon, ataupun bonus pembelian, sehingga produk *private label* dapat menciptakan suatu ketertarikan dan mengubah minat masyarakat menjadi lebih positif dalam pembelian produk *private label* Indomaret.

- Untuk penelitian selanjutnya:
 1. Bagi penelitian mendatang hendaknya sampel dan daerah penelitian lebih diperluas lagi, yaitu tidak terbatas pada gerai Indomaret yang berada pada jalan Prof. Drg. Surya Sumantri, Bandung, sehingga hasil yang diperoleh berdasarkan hasil cakupan secara luas.
 2. Bagi penelitian mendatang hendaknya instrumen penelitian lebih disesuaikan lagi sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik, seperti contohnya mencari aplikasi jurnal dengan produk atau topik yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian masih terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Keterbatasan dalam mengambil jumlah sampel penelitian, hal ini disebabkan karena sampel yang diambil hanya dari orang-orang yang pernah mengunjungi Indomaret di jalan Prof. Drg. Surya Sumantri, Bandung.
2. Keterbatasan memperoleh data dengan menggunakan kuesioner, yaitu adanya kemungkinan bahwa dalam melakukan pengisian kuesioner, pengisian jawaban dilakukan secara sembarang.
3. Keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian, karena peneliti masih melakukan studi perkuliahan.