

### BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Analisis *Brand Image* terhadap produk Privat Label Giant Hypermarket Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasannya secara umum dapat dikatakan produk hypermarket giant menggunakan citra merek (*Brand Image*) sudah cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penilaian positif dari responden mengenai *Brand Image* terhadap produk giant hypermarket dengan dimensi yang dimulai dari produk Produk *Beras* dengan nilai rata-rata konsumsi konsumen adalah (3.25) yang menunjukkan bahwa produk Beras giant memiliki tingkat kualitas yang sangat rendah nilai tersebut diketahui oleh responden yang merupakan konsumen kurang Setuju dengan *item-item* pertanyaan yang telah disediakan, hal ini menunjukkan bahwa responden tidak mengetahui tentang adanya produk privat label Giant. *Gula* dengan nilai rata-rata konsumsi konsumen adalah (3.80) yang menunjukkan bahwa produk Gula

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

---

memiliki tingkat kualitas yang sangat rendah nilai tersebut diketahui oleh responden yang merupakan konsumen Kurang Setuju dengan item-item pertanyaan yang telah disediakan, hal ini menunjukkan bahwa responden tidak mengetahui tentang adanya produk privat label Giant. Produk *Roti* dengan nilai rata-rata konsumsi konsumen adalah (3.74) yang menunjukkan bahwa produk roti giant memiliki tingkat kualitas yang sangat rendah nilai tersebut diketahui oleh responden yang merupakan konsumen Kurang Setuju dengan item-item pertanyaan yang telah disediakan, hal ini menunjukkan bahwa responden tidak mengetahui tentang adanya produk privat label Giant. Produk *Bihun* dengan nilai rata-rata konsumsi konsumen adalah (3.23) yang menunjukkan bahwa produk bihun memiliki tingkat kualitas yang sangat rendah nilai tersebut diketahui oleh responden yang merupakan konsumen Kurang Setuju dengan item-item pertanyaan yang telah disediakan, hal ini menunjukkan bahwa responden tidak mengetahui tentang adanya produk privat label Giant. Produk *Sirup* dengan nilai (3,59) yang menunjukkan bahwa produk Sirup memiliki tingkat kualitas yang sangat rendah nilai tersebut diketahui oleh responden yang merupakan konsumen Kurang Setuju dengan item-item pertanyaan yang telah disediakan, hal ini menunjukkan bahwa responden tidak mengetahui tentang adanya produk privat label Giant.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

---

2. Responden yang merupakan konsumen produk privat label menyatakan bahwa produk – produk privat label Giant hypermarket memiliki kualitas yang rendah dibandingkan dengan produk – produk lainya yang sejenis.
3. Brand Image responden yang merupakan konsumen sudah terbentuk untuk menggunakan produk – produk di luar privat label, karna konsumen beranggapan bahwa produk privat label tersebut banyak digunakan untuk kalangan konsumen kalangan menengah kebawah.

### 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian maka saran yang diajukan penulis sebagai bahan pertimbangan dan masukan adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk kemasan

Untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen pada produk private brand Giant, maka sebaiknya pihak Manajemen Giant melakukan perubahan pada kemasan Gula, Beras, Roti, Bihun, serta Sirup menjadi lebih menarik untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada ke lima produk tersebut. Misalnya pihak manajemen Giant bisa melakukannya dengan mempertebal bahan kemasan produk.

2. Saran untuk ukuran produk

Berkaitan dengan ukuran produk, sebaiknya pihak Manajemen Giant melakukan tambahan variasi ukuran yang lengkap dengan berbagai macam ukuran dari yang

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

---

paling kecil hingga yang paling besar untuk produk gula dan bihun. Hal ini juga dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen pada kedua produk tersebut yaitu gula dan bihun.

3. Saran untuk keyakinan konsumen pada merek Giant dan kepercayaan konsumen akan kualitas produk giant lebih baik dari merek lain.

Sebaiknya pihak manajemen giant melakukan pengontrolan kembali pada kualitas produk privat brand. Jika kualitas produk tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen, sebaiknya Giant meminta mitra kerjanya untuk memperbaiki mutu produknya jika tidak bias sebaiknya giant menggantinya dengan mitra kerja yang mempunyai mutu produk yang lebih terjamin tetapi tetap dengan harga yang murah.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dengan adanya suatu keterbatasan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti disebabkan karena:

1. Instrumen penelitian tidak reliable namun data tersebut valid.
2. Item kuesioner didukung dengan mengadopsi data instrument penelitian dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

### 5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang

Dari hasil penelitian yang ada dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Item kuesioner menggunakan kuesioner yang sudah valid dan reliable.
2. Pada penelitian mendatang diharapkan responden merupakan konsumen mengetahui tentang produk-produk privat label dari giant Hypermarket.