

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan pada BAB IV, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsumen menilai bahwa pelaksanaan House Brand di Giant Hipermarket Pasteur Bandung telah dilakukan dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan melalui pengujian terhadap 100 responden konsumen House Brand di Giant Hipermarket Pasteur. Dari hasil pengujian didapatkan data yang valid mengenai penilaian positif konsumen terhadap pelaksanaan House Brand di Giant Hipermarket Pasteur.
2. Preferensi konsumen terhadap House Brand di Giant Hipermarket Pasteur dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu mutu dan kualitas produk, harga produk yang lebih efisien dibandingkan dengan produk sejenis dengan merek terkenal lainnya. Serta promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak Giant Hipermarket Pasteur Bandung. Promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak Giant Hipermarket Pasteur Bandung meliputi promosi penjualan langsung yang dilakukan oleh karyawan Giant Hipermarket secara persuasif kepada konsumen yang sedang berbelanja di area Giant Hipermarket Pasteur Bandung. Selain itu promosi penjualan juga dilakukan oleh pihak Giant Pasteur Bandung melalui media cetak

misalnya: surat kabar harian serta brosur yang menginformasikan produk-produk House Brand Giant serta produk-produk lain dengan harga lebih ekonomis dalam suatu periode waktu tertentu.

3. Ada pengaruh positif dan signifikan House Brand terhadap Preferensi Konsumen di lingkungan Giant Hipermarket. Walaupun pengaruh tersebut di nilai cukup sebesar 0,775 sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik House Brand di lingkungan supermarket Giant Pasteur Bandung akan semakin baik pula Preferensi Konsumen pada instansi/supermarket tersebut. Ada pengaruh positif dan signifikan House Brand terhadap Preferensi Konsumen di lingkungan Giant Hipermarket pada uji t_{hitung} Mengingat besarnya pengaruh tersebut, maka semakin baik House Brand maka akan semakin baik pula Preferensi Konsumen pada instansi/Hipermarket tersebut.

5.1. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut ini penulis kemukakan saran yaitu :

1. Perlu ada upaya memelihara dan meningkatkan kualitas House Brand pada lingkungan Giant Hipermarket, antara lain melalui pemberian dorongan kepada pegawai agar melakukan tugasnya secara lebih baik; penetapan prosedur kerja pegawai secara lebih efektif sesuai dengan tanggungjawab pegawai disertai dengan penjelasan secara akurat bagaimana

menggunakannya; meningkatkan partisipasi aktif pegawai dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan masalah dalam tugasnya; serta mensosialisasikan keputusan yang telah dirumuskan agar dilaksanakan oleh setiap pegawai berkaitan dengan tugasnya. Selain itu perlu dilakukan pula upaya memperbaiki dan meningkatkan kualitas hubungan kerja diantara pegawai, sehingga memperlancar pelaksanaan tugas pegawai sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Agar perusahaan selalu mempertahankan kualitas produknya sehingga dapat menimbulkan kesan kualitas yang baik.

2. Perlu adanya penelitian lanjutan mengingat masih adanya variabel yang mempengaruhi Preferensi Konsumen selain House Brand sehingga dengan demikian tampak jelas variabel yang mempengaruhi Preferensi Konsumen.