

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil *Kuesioner* yang telah dilaksanakan, maka diperoleh hasil mengenai persepsi konsumen pada saat dihadapkan dengan dua produk dari *private label* dan *national brand*. Disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi mengenai kemasan antara produk privat label dan national brand. Kemasan dari produk privat label dianggap biasa dan tidak terlalu menarik dibandingkan dengan kemasan dari produk national brand.

Hasil penelitian yang kedua adalah terdapat perbedaan persepsi mengenai kualitas produk privat label. Sebanyak 49% responden menganggap bahwa kualitas dari produk privat label lebih rendah dibandingkan dengan kualitas dari produk nasional.

Dengan demikian jika dihadapkan dengan dua pilihan antara produk privat label dan produk national brand, konsumen lebih cenderung memilih produk National Brand karena konsumen percaya produk national brand memiliki kualitas yang lebih baik dan juga kemasan yang lebih menarik.

5.2 Implikasi Manajerial

- 1) Perusahaan perlu melakukan evaluasi penetapan harga produk, karena harga produk *private label* yang lebih murah dapat menimbulkan persepsi yang negatif bagi konsumen.

- 2) Kemasan produk *private label* perlu diperbarui dengan desain yang lebih menarik agar konsumen tidak memandang rendah produk *private label*

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya mengukur persepsi konsumen terhadap kemasan produk Privat Label. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat membahas pengaruh lain seperti citra toko, atmosfer toko, kenyamanan yang mempunyai kemungkinan untuk berpengaruh terhadap persepsi konsumen.

5.4 Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat diuji dengan menggunakan metode analisis data yang berbeda, kemudian factor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi persepsi konsumen juga dapat diteliti lebih lanjut seperti citra toko, merek produk, kenyamanan, atmosfer toko, pelayanan dan lain sebagainya. Yang mempunyai kemungkinan untuk dapat mempengaruhi persepsi konsumen