

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1. SIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data yang telah dibuat sebelumnya, maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Peneliti menemukan bahwa responden yang diteliti memiliki Strategi *Private label* yang berada dalam rentang netral. Hal ini berarti, bahwa mereka menilai bahwa toserba Yogya dan Griya telah menerapkan *Strategi Private label* sebagai salah satu cara untuk memasarkan produk yang mereka miliki.
2. Peneliti menemukan bahwa responden yang diteliti memiliki *Purchase intention* yang berada dalam rentang netral. Hal ini berarti, bahwa mereka memiliki kecenderungan untuk mengambil keputusan untuk melakukan pembelian produk di toserba Yogya dan Griya.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi *Private label* dengan *Purchase intention* pada para responden. Hal ini berarti, pada saat responden mengetahui bahwa toserba Yogya memiliki produk-produk *Private label*, maka mereka akan terdorong untuk melakukan pembelian pada produk-produk private label tersebut.

6.2. KETERBATASAN PENELITIAN

1. Penelitian ini dilakukan pada para responden konsumen Toserba Griya dan Yogya di kota Bandung. Dengan demikian, hasil penelitian ini dibatasi dapat digeneralisasikan pada para responden dari toserba Retail, dengan kecenderungan konsumen pelanggan tetap.
2. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara strategi private label dan purchase intention para para konsumen. Untuk itu, peneliti tidak mengukur adanya variabel-variabel lain, baik anteseden dan konsekuen yang dapat mempengaruhi hasil pengukuran.

6.3. SARAN

6.3.1. Saran Teoritis

1. Peneliti menyarankan pada para peneliti selanjutnya untuk dapat mengukur pengaruh dari berbagai faktor lain untuk dapat menemukan faktor dengan pengaruh yang paling kuat terhadap *purchase intention*, untuk melihat variabel anteseden dan konsekuen secara empiris. Hal tersebut muncul dikarenakan dari penelitian sebelumnya, terdapat berbagai variable yang dapat mempengaruhi *purchase intention*, seperti *marketing mix (product, price, place, promotion)* yang dapat menjadi topik kajian dari peneliti berikutnya.
2. Peneliti menyarankan untuk dapat mengukur data-data demografis responden dengan lebih lengkap, sehingga berbagai karakteristik sosial-ekonomis yang ada dapat dilihat pengaruhnya terhadap variabel utama

yang diteliti. Hal tersebut dikarenakan pada penelitian ini, kami tidak memasukan data penunjang dalam bentuk geografis. Apabila ditambahkan dalam penelitian selanjutnya menggunakan data tersebut, diharapkan bahwa hasil penelitian akan menjadi semakin lengkap.

6.3.2. Saran Praktis

1. Peneliti menyarankan kepada pihak perusahaan untuk lebih memperkenalkan brand YOA sebagai bagian dari *Private label* Yogya dan Griya supermarket.
2. Peneliti menyarankan kepada pihak perusahaan untuk terus dapat meningkatkan Strategi *Private label* yang telah dijalankan saat ini, dengan dapat menambah berbagai lini produk, dan meyakinkan konsumen akan manfaat dari produk yang digunakan, dengan demikian dapat meningkatkan kepercayaan konsumen akan produk yang dikemas dan ditawarkan dalam bentuk *private label*.