

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan analisis data dan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Store Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Private Label Image*. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pertama yang menyatakan *Store Image* berpengaruh signifikan terhadap *Private Label Image*. Dengan demikian hipotesis 1 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik *Store Image* pada Indomaret akan berpengaruh pada *Private Label Image* pada Indomaret.
2. *Store Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Quality*. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis kedua yang menyatakan *Store Image* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Quality*. Dengan demikian hipotesis 2 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik *Store Image* yang ada di Indomaret, semakin baik *Perceived Quality* konsumen dalam melakukan pembelian produk *Private Label*nya, yang tentu juga akan berpengaruh terhadap pencapaian perusahaan yang semakin baik pula.
3. *Private Label Image* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Purchase Intention*. Sehingga hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis ketiga yang menyatakan *Private Label Image* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Dengan demikian hipotesis 3

ditolak. Hal ini berarti bahwa *Private Label Image* tidak mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen Indomaret.

4. *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis keempat yang menyatakan *Perceived Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Dengan demikian hipotesis 4 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik *Perceived Quality* yang ada di Indomaret, semakin baik pula *Purchase Intention* yang ditunjukkan oleh konsumen untuk membeli produk *Private Label* nya.
5. *Store Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis kelima yang menyatakan *Store Image* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*. Dengan demikian hipotesis 5 diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik *Store Image*, maka mempengaruhi *Purchase Intention* konsumen di Indomaret.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya :

1. Bagi Akademis
 - a. Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang lebih lanjut.

- b. Penelitian yang dilakukan selanjutnya dapat menggunakan objek dan tempat yang berbeda sehingga dapat membandingkan beberapa objek penelitian.
- c. Penelitian ini terbatas pada 4 variabel, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan variabel yang lebih banyak atau berbeda dengan penelitian ini untuk menguji konsistensi penelitian.
- d. Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan responden dengan jumlah yang lebih banyak dari penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi, dapat memasukkan variabel-variabel lainnya terkait dengan minat beli pada produk *private label* serta dapat menggunakan *software* bantuan yang berbeda selain SmartPLS dan SPSS, misalnya Lisrel ataupun AMOS.

2. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti menyarankan kepada pihak Indomaret agar dapat memahami bagaimana cara agar konsumen itu dapat paham bagaimana cara membeli produk-produk *private label* Indomaret. Perusahaan indomaret harus paham bagaimana cara meningkatkan citra Indomaret yang bisa memberikan kepercayaan kepada konsumen ketika mereka berbelanja produknya. Serta indomaret harus memperhatikan harga, agar indomaret menawarkan harga yang terjangkau.