

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif diolah dengan kuisioner dibagikan dalam bentuk *google form* dan diolah sebanyak 160 responden, yaitu seluruh konsumen yang pernah berbelanja di PT. Indomaret di Kota Samarinda. Dengan hasil yakni: *brand preference* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada PT. Indomaret di Kota Samarinda.

B. Keterbatasan

Saat mengumpulkan data, informasi responden dalam kuisioner tidak mencerminkan sebenarnya, terkadang pendapat responden berbeda-beda. Pada penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel *brand preference* terhadap *purchase intention* saja. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi responden sebanyak 160 responden yang sering membeli produk di PT. Indomaret Kota Samarinda.

C. Saran

Untuk selanjutnya, ada baiknya memakai sampel lebih besar agar akurasi informasi menjadi rinci saat penelitian, Penelitian selanjutnya, yang tujuannya untuk menilai dan mengevaluasi kemungkinan berubahnya sikap penjawab dari waktu ke waktu, Perusahaan dapat melakukan promosi yang mampu mendorong keinginan konsumen untuk lebih sering berbelanja ke Indomaret, seperti melakukan promosi, promosi harga yang

menarik, selain itu Indomaret juga dapat menambah atau meningkatkan kualitas produk, serta pelayanannya, sehingga akan lebih banyak konsumen yang merekomendasikan Indomaret sebagai tempat berbelanja.