

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial diketahui bahwa variabel persepsi kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa produk *private label* Alfamart sesuai selera, tidak mudah rusak, aman, mudah digunakan, tahan lama, tertera masa kadaluwarsanya, logo mudah diingat, kemasan menarik dan praktis serta kualitas sama dan tidak jauh berbeda dengan produk merek lain mampu berkontribusi mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat diambil kesimpulan H_1 diterima.
2. Variabel persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa harga produk *private label* Alfamart sangat terjangkau, lebih murah dibandingkan merek lain, wajar bagi pembeli dan harga sesuai kualitas tidak mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk *private label* Alfamart sehingga diambil kesimpulan H_0 diterima.

3. Variabel citra toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa produk lengkap, adanya diskon dan promo, kebersihan ruangan terjaga, karyawan ramah dan teliti, karyawan sigap membantu pelanggan, lokasi yang mudah dijangkau dan lahan parkir luas sangat berkontribusi mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga diambil kesimpulan H_1 diterima.
4. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 diterima yang berarti variabel persepsi kualitas, persepsi harga dan citra toko secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *private label* Alfamart.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diperoleh maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a) Pihak Alfamart sebaiknya terus berusaha untuk meningkatkan kualitas dari produk yang dijual dengan cara selalu melakukan perbaikan dan bekerjasama dengan *supplier* yang sudah terpercaya akan kualitas bahan baku yang digunakan.
 - b) Alfamart hendaknya dapat memberikan harga yang terjangkau bagi konsumen terutama untuk produk *private label*.
 - c) Alfamart hendaknya mampu mempertahankan *image* yang sudah melekat pada konsumen. Dengan cara terus melakukan diskon/promo di setiap minggunya, nyaman dan keramahan dari para karyawan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Perlu dilakuakn penelitian lebih lanjut terhadap variabel-variabel selain persepsi kualitas, persepsi harga dan citra toko yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta disarankan untuk meneliti dari perusahaan/ merek-merek lain yang mengalami kondisi yang hampir sama dengan produk *private label* Alfamart. Hal ini dapat dijadikan pembanding sekaligus melengkapi penelitian ini.