

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa *store image* berpengaruh positif terhadap *perceived quality* pada *private label brand* di Carrefour Surabaya, sehingga hipotesis diterima.
2. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa *store image* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty* pada *private label brand* di Carrefour Surabaya, sehingga hipotesis diterima.
3. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa *store image* berpengaruh positif terhadap *brand awareness-associations* pada *private label brand* di Carrefour Surabaya, sehingga hipotesis diterima.
4. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis keempat dapat disimpulkan bahwa *perceived price* berpengaruh positif terhadap *perceived quality* pada *private label brand* di Carrefour Surabaya, sehingga hipotesis diterima.
5. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis kelima dapat disimpulkan bahwa *perceived price* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty* pada *private label brand* di Carrefour Surabaya, sehingga hipotesis diterima.

6. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis keenam dapat disimpulkan bahwa *perceived price* berpengaruh positif terhadap *brand awareness-associations* pada *private label brand* di Carrefour Surabaya, sehingga hipotesis diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan agar Carrefour dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, untuk membangun kepercayaan tersebut, maka perusahaan perlu menjual produk yang lengkap dan berkualitas baik, sehingga konsumen merasa produk yang ditawarkan memberi hasil yang dibutuhkan.
2. Diharapkan agar Carrefour terus menjaga kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dijual, sehingga konsumen merasa produk yang dibayarkan sesuai dengan kualitas yang didapat.
3. Diharapkan agar Carrefour terus meningkatkan kualitas dari *private label brand*, sehingga konsumen mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli dan pada akhirnya konsumen akan berkunjung kembali ke toko dan membeli produk tersebut.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti dan pada format ritel lainnya agar dapat memperoleh hasil yang bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A, 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Beneke, J. dan Zimmermaan, N., 2014. "Beyond Private Label Panache: The Effect of Store Image and Perceived Price on Brand Prestige". *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 31 No. 4, pp. 301-311.
- Beristain, J. dan Zorrilla, P., 2011. "The relationship between store image and store brand equity: a conceptual framework and evidence from hypermarkets", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 18 No. 6, pp. 562-574.
- Chi, H. K., H, R. Yeh., dan Y. T., Yang. 2009. "The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty", *The Journal of International Management Studies*, Vol. 4, No. 1.
- Collins-Dodd, C. and Lindley, T. 2003, "Store Brands and Retail Differentiation: The Influence of Store Image and Store Brand Attitude on Store Own Brand Perceptions", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 10 No. 6, pp. 345-352.
- Durianto, D. Sugiarto., dan Sitinjik, T., 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fadli dan Qamariah, I., 2008. "Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1, No. 2.
- Ghozali, I., dan Fuad., 2005. *Structural Equation Modeling*. Semarang: Undip.
- Hermawan, A., 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Kotler, Philip., dan Keller, K. L., 2009^a. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

-
- _____ , 2009^b. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M., 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Levy, M., dan B. A. Weitz., 2014. *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill.
- McGoldrick., 2002. *Retail Marketing*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Muhamad. Suyadi, I. dan Fannani, D., 2014. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 2.
- Rusli, M., 2014. *Pengelolaan Statistik yang Menyenangkan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sopiah dan Syihabudhin., 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*. Bandung: Alfabetha.
- Tih, S., dan K. H. Lee., 2013. “Perceptions and predictors of consumers purchase intentions for store brand: Evidence from Malaysia“, *Asian Journal of Business and Accounting* 6(2), ISSN 1985–4064.
- Utami, C. W., 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Vahie, A. and Paswan, A., 2006. “Private Label Brand image: Its Relationship With Store Image and National Brand”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 34 No. 1, pp. 67-84.
- Yee, W. F., dan Sidek, Y., 2008. “Influence of Brand Loyalty on Consumer Sportswear”, *International Journal of Economics and Management* 2(2), ISSN 1823–836X.

Yoo, B., Donthu, N. dan Lee, S., 2000. “An examination of selected marketing mix elements and brand equity”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28 No. 2, pp. 195-211.

www.carrefour.co.id diakses 8 September 2015

<http://swa.co.id/headline/hypermarket-dan-minimarket-makin-kepincut-private-label> diakses 9 September 2015

<http://www.thejakartapost.com/news/2013/01/12/carrefour-indonesia-strengthen-private-label.html> diakses 9 September 2015