

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

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

1. *Perceived quality* terbukti signifikan berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada *private label* di Alfamart. Niatan konsumen untuk membeli *private label* dipengaruhi oleh penilaian pelanggan terhadap tinggi rendahnya kualitas *private label* yang dipersepsikan pelanggan
2. *Store atmosphere* tidak terbukti signifikan berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada *private label* di Alfamart. Niatan konsumen untuk membeli *private label* di Alfamart tidak dipengaruhi oleh penataan atmosfer gerai di Alfamart.
3. *Service quality* terbukti signifikan berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada *private label* di Alfamart. Niatan konsumen untuk membeli *private label* dipengaruhi oleh penilaian pelanggan terhadap tinggi rendahnya kualitas layanan yang dipersepsikan pelanggan

#### **5.2. Saran**

Dua variabel yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention private label* di Alfamart adalah *perceived*

*quality* dan *service quality*, sehingga saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Penilaian terendah dari *perceived quality private label* adalah pernyataan bahwa *private label* Alfamart memiliki kemampuan yang handal (misalnya untuk produk tisu maka produk tisunya tidak mudah rusak), sehingga saran yang diajukan berhasil sebaiknya pengendalian terhadap kualitas terus dilakukan dan digunakan pembanding produk *non-private label*. Alfamart memproduksi *private label* bukan dengan sumber daya yang dimiliki oleh Alfamart tetapi dengan sistem kemitraan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sehingga manajemen Alfamart perlu meningkatkan pengendalian kualitas secara ekstra untuk menjamin kualitas *private label*.
2. Penilaian terendah dari *service quality* adalah pernyataan bahwa semua karyawan Alfamart tidak mengabaikan komplain pelanggan (sungguh-sungguh memperhatikan komplain pelanggan). Untuk itu, saran yang diajukan bahwa sebaiknya pengawasan terhadap kinerja pelayanan terus dilakukan melalui evaluasi CCTV. Layanan kepada pengunjung tidak hanya menyangkut fisik tetapi juga muka. Ketika diminta bantuan oleh pengunjung juga sudah selayaknya jika pelayan menampilkan muka yang senang hati. Untuk itu, pembekalan terhadap pelayanan mengenai psikologi pelanggan juga diperlukan agar pelayanan bisa memenuhi karakteristik pelanggan dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abadi, H.R.D., B. Ranjbarian, dan F.K. Zade, Investigate the Customers' Behavioral Intention to Use Mobile Banking Based on TPB, TAM and Perceived Risk (A Case Study in Meli Bank). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 2, No. 10, pp. 312-322.
- Algifari, 2013, *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solus*, Yogyakarta: DPFE.
- Berman, B. dan J.R. Evans, 2001, *Retailing Management: A Strategic Approach*. 8<sup>th</sup> ed., USA: Prentice Hall.
- Bidin, Z. dan F.M. Shamsudin, 2013, Using Theory of Reasoned Action to Explain Taxpayer Intention to Comply with Goods and Services Tax (GST). *Middle-East Journal of Scientific Research*, Vol. 17, No. 3, pp. 387-394.
- Blanco, E., dan Herrera, F., 2008, Perceived quality as a antecedent for buying intention of the olive oil from bajo Aragon with protected designation of origin". *Esic Market*, 131, pp. 231-251.
- Bungin, B., 2004, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Chien, S., C. Yu, Y. Wang, dan P.L. Kuo, 2014, Improving The Perceived quality of Private Brands Using Co-Branding: The Role of Brand Equity and Store Image. *International Journal of Management and Sustainability*, Vol. 3. No. 9, pp. 540-551.
- Daufina, N., 2014, 96 Persen dagangan Alfamart Produk Lokal, *Tribun Bisnis*, (<http://m.tribunnews.com>), diunduh 20 September 2015).
- Farias, S.A., E.C. Aguiar, dan F.V.S. Melo, 2014, Store Atmospherics and Experiential Marketing: A Conceptual Framework and Research Propositions for An Extraordinary Customer Experience. *International Business Research*, Vol. 7, No. 2; pp. 87-99.

- Ford, R.C., M.C. Sturman, dan C.P. Heaton, 2012, *Managing Quality Service in Hospitality: How Organizations Achieve Excellence in the Guest Experience*, Canada: Nelson Education, Ltd.
- Hanaysha, H.H.A dan A. Warokka, 2011, Service Quality and Students' Satisfaction at Higher Learning Institutions: The Competing Dimensions of Malaysian Universities' Competitiveness, *Journal of Southeast Asian Research*, pp. 1-10.
- Ho, C.W., 2013, An Exploratory Study on Private Label Brand Knowledge and Consumer Loyalty, *Journal of Business and Economics*, Vol. 4, No. 8, pp. 695-707.
- Jang, S.C. dan Y. Namkung, 2009, Perceived Quality, Emotions, and Behavioral Intentions: Application of An Extended Mehrabian–Russell Model to Restaurants, *Journal of Business Research*, 62 (2009) 451–460.
- Karampour, A., dan B. Ahmadinejad, 2014, Purchase Intention for A Private Label Brand: Direct Impact of Factors Including Price Sensitivity, Understanding Brand, Image of Private Brands and mental Image of Store; (case Study: Etka Chain stores), *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 3, No.7, pp. 417-426.
- Keller, K.L., 2013, *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Global Edition. UK: Pearson Education.
- Knowles, G, 2011, Quality Management, *Bookbon.com*, (<http://bookboon.com/>), diunduh 21 Januari 2016).
- Konerding, U., 1999, Formal Models for Predicting Behavioral Intentions in Dichotomous Choice Situations, *Methods of Psychological Research Online* 1999, Vol.4, No.2, pp. 1-32.
- Kotler, P. dan K.L. Keller, 2012, *Marketing management*, 14<sup>th</sup> ed., New Jersey: Upper Saddle River.
- Kuncoro, M., 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & menyusun Tesis?*, Jakarta: Erlangga.

- Kusumowidagdo A, 2010, Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Belanja: Studi atas Pengaruh Gender terhadap Respon Pengunjung Toko, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 3 No. 1, pp. 17-32.
- Levy, M. dan B.A. Weits, 2001, *Retailing Management*, 4<sup>th</sup> ed., Boston: McGraw-Hill.
- Louis, C.J., 2011, Consumer Choice of Private Label Brands in The French Market: Proposition and Test of a Partial Mediation Model, *10th International Conference marketing Trends*, Paris January 20-22. pp. 1-26.
- Madjid, R., 2014, The Influence Store Atmosphere Towards Customer Emotions and Purchase Decisions, *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, Vol. 3 No. 10. pp. 11-19.
- Manopol, Y., dan R. Wiraswati, 2014, Produk Private Label Brand, SWA, (<http://swa.co.id/>, diunduh tanggal 20 September 2015).
- Mora, N., J. Espinoza, B. Schnettler, G. Echeverría4, S. Predieri5, dan R. Infante, 2011, Perceived Quality in Fresh Peaches: An Approach through Structural Equation Modeling, *Cien. Inv. Agr*, Vol. 38 No. 2, pp. 179-190.
- Rahab dan P. Wahyuni, 2013, Predicting Knowledge Sharing Intention Based on Theory of Reasoned Action Framework: An Empirical Study on Higher Education Institution, *American International Journal of Contemporary Research*, Vol. 3 No. 1, pp. 138-147.
- Santosa PB dan Ashari, 2005, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, K dan L.L. Kanuk, 2008, *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh, Terjemahan: Zoelkifli Kasip, Jakarta: PT Indeks.
- Singh, P., N. Katiyar, dan G. Verma, 2014, Retail Shoppability: The Impact Of Store Atmospherics dan Store Layout On Consumer Buying Patterns, *International Journal of Scientific dan technology Research*, Vol. 3, No. 8, pp. 15-23.

Supranto, 2004, *Analisis Multivariat: Arti & Interpretasi*, Jakarta: Rineka Cipta.

Vo TTN dan CTK Nguyen, 2015, Factors Influencing Customer Perceived Quality and Purchase Intention toward Private Labels in the Vietnam Market: The Moderating Effects of Store Image, *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 7, No. 4, pp. 51-63.

Widarjono A, 2010, *Analisis Statistika Multivariat Terapan*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Alfamart Pasarkan Produk UMKM, 2012, *Detikcom*, (<http://detik.com/>, diunduh 20 September 2015).

Produk Private Label, "Juru Selamat" Perusahaan Ritel, *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*, (<http://www.kemenperin.go.id>, diunduh 20 September 2015).