

## **BAB 4**

### **SIMPULAN**

Dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Keberadaan produk dengan *private labels* dalam industri *retail* semakin meningkat. Banyak produk dengan sebuah label yang secara *eksklusif* tersedia dari peritel tertentu yang diperkenalkan selama beberapa tahun terakhir ini, dengan berbagai tingkat kesuksesan.
2. Konsumen akan melihat kualitas atas produk *private label* yang dibeli untuk mempertimbangkan faktor keunggulan atas atribut yang terdapat pada produk atau jasa secara keseluruhan. Kualitas yang baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas produk *private labels* berkaitan dengan citra toko yang dimiliki oleh toko tersebut.
3. Seorang peritel menginginkan citra yang dimiliki murah maka peritel akan menjual produk-produk *private labels* dengan harga murah, sedangkan apabila peritel menginginkan kesan citra toko yang dimiliki *eksklusif* maka produk-produk *private labels* akan dijual pada harga yang lebih mahal di atas harga produk sejenis.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, David A., 2001, *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value of a Brand Name*, The Free Press, New York.
- Barry Berman dan Joe R. Evans, 2004, *Retail Management: A Strategy Approach*, New Jersey: Prentice Hall.
- Baltas R., 2000, "Consumer-Level Factors Moderating The Success Of Private Label Brands", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, pp. 175-91.
- Kotler, P. 2002, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alexander Sindoro, Jakarta: Prehalindo.
- Levy, M., Weitz, B. A., 2001, *Retailing Management*, 4<sup>th</sup> ed., New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Prasetijo, Ristiyanti, dan John J. O. I. Ihalaw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Andi Yogyakarta
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, 2002, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, ( Third Edition ), Richard D. Irwin Inc., Boston.
- Richardson, P.S., Jain, A.K. and Dick, A, 1996, "Household Store Brand Proneness: A Framework", *Journal of Retailing*, Vol. 72 No. 2, pp. 159-85.
- Schiffman and Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Steenkamp, P., Jain, A.K. and Dekimpe, A, 1997, "The Influence Of Store Aesthetics On Evaluation Of Private Label Brands", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 5 Nos 1/3, pp. 9-28.
- Tjiptono, Fandy, 2005, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.

[www.swa.co.id](http://www.swa.co.id)

