

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisa penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Faktor *convenience* tidak berpengaruh terhadap sikap afektif konsumen Indomaret di Surabaya. Hal ini disebabkan karena konsumen membeli *private label* di Indomaret tidak hanya karena faktor lokasi yang dekat tetapi juga barang yang lengkap, kebersihan toko, pelayanan dari petugas yang ramah, dan lain-lain.
2. Faktor *quality* tidak berpengaruh terhadap sikap afektif konsumen Indomaret di Surabaya. Hal ini disebabkan karena konsumen membeli *private label* di Indomaret tidak mementingkan kualitas dari barang tersebut walaupun *private label* juga memiliki spesifikasi yang sama baiknya dengan merek nasional lainnya
3. Faktor *price* berpengaruh terhadap sikap afektif konsumen Indomaret di Surabaya. Hal ini disebabkan karena konsumen yang membeli *private label* lebih mengutamakan harga yang lebih murah dibanding merek nasional lainnya dan mengesampingkan masalah kualitas barang.
4. Faktor *congruence* tidak berpengaruh terhadap sikap afektif konsumen Indomaret di Surabaya. Hal ini disebabkan karena saat ini juga banyak tipe *convenience store* yang serupa dengan Indomaret yang menjual barang merek nasional dan berkualitas.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil suatu saran perbaikan bagi masing-masing pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Indomaret maka merek *private label* dapat dijadikan suatu sarana diversifikasi produk dalam bersaing dengan supermarket kategori *convenience store* lainnya. Kualitas barang dan juga harga dari *private label* harus dijaga secara konsisten agar konsumen tetap setia untuk membeli produk *private label* dari Indomaret.
2. Indomaret dapat menambah lini produk lainnya lagi sebagai *private label* seperti mi instan, roti, dan minuman karbonasi sehingga semakin banyak pilihan produk yang bisa dibeli oleh konsumen. Karena sebagian besar konsumen yang datang ke Indomaret setiap hari mereka melakukan pembelian barang untuk keperluan konsumtif.
3. Bagi konsumen Indomaret dapat lebih cerdas lagi dalam membeli produk kebutuhan sehari-hari (*smart spending*) karena di Indomaret menyediakan beberapa merek *private label* yang harganya lebih murah dan kualitas juga sama baiknya. Disamping itu juga dapat memanfaatkan pembelian dari beberapa item tertentu yang setiap harinya mendapat diskon harga dari Indomaret sehingga lebih menghemat pengeluaran.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Becker-Olsen,, Karen L., Andrew B. Cudomore., dan Ronald P. Hill. 2006. The Impact of Perceived Corporate Social Responsibility on Consumer Behaviour. *Journal of Business Research*.Vol 59. Pp 46-53.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Prenada Media Jakarta.
- Harcar, T., Kara, A., dan Kucukemiroglu, O. 2006. Consumer's Perceived Value And Buying Behaviour of Store Brands : An Empirical Investigation. *The Business Review*, Cambridge. Vol.5, No. 2
- Iswari, R. dan Suryandari, R.T. 2003. *Analisa Pengaruh Citra Supermarket Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol.3, No. 2.
- Jin, B., dan Kim, J.O. 2003. A Typology of Korean Discount Shoppers : Shopping Motives, Store Attributes, and Shopping Outcomes. *International Journal of Service Industry Management*. Vol 14, No. 4 pp 396-419.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip; Amstrong, Garry. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Kumar, N., dan Steenkamp, J-B. 2007. *Private Label Strategy*. Boston. Harvard Business School Press.

Ma'aruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

McDaniel, Lamb, Hair. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.

Menon, S. dan B.E. Kahn,. 2003. Corporate Sponsorship of Philanthropic Activities : When Do They Impact Perception of Sponsor Brand. *Journal of Consumer Psychology*. Vol. 13, Number 3, pp 316-327.

Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer Behaviour_*: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta : Erlangga.

Pracejus, John W., dan Olsen, G Douglas. 2004. The Role of Brand/Cause Fit In The Effectiveness Of Cause Related Marketing Campaigns. *Journal of Business Research*. Vol. 57, pp 635-640.

Priyono, Hadi. 2008. *Hubungan antara Citra Toko dengan Loyalitas Konsumen*. <http://etd.eprints.ums.ac.id/1849>, diakses 24 April 2014.

- Schiffman, L. Kanuk, L.L. 2007. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*. Jakarta:Index.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sopiah dan Syihabuddin. 2008. *Bisnis Ritel*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keduabelas. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.
- Sutojo, Siswanto. 2001. *Menyusun Strategi Harga*. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Till, B. D. dan Nowak, L. I. 2000. Toward Effective Use of Cause Related Marketing Alliance. *Journal of Product and Brand Management*. Vol. 9, No. 7, pp 472-484.
- Theodoris, Prokopis, K., dan Chatzipanagioutou, Kallopi C. 2009. Store Image Attributes and Customer Satisfaction Across Different Customer Profiles Within The Supermarket Sector in Greece. *European Journal of Marketing*. Vol 43. No 5/6 pp 708-734.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kelima. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, Christina Widhya. 2010. *Manajemen Retail*. Jakarta : Salemba Empat.

Vahie, Archna. dan Audhesh Paswan. 2006. Private Label Brand Image: Its Relationship With Store Image and National Brand. *International Journal Of Retail and Distribution Management*. Vol. 34, No. 1.

Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Vol. Edisi Pertama. Sleman. DI Yogyakarta. EKONISIA.

[Http://www.indomaret.co.id/](http://www.indomaret.co.id/), diakses 23 April 2014.