

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian tentang Harga (X1), Citra Merek (X2), persepsi kualitas (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Private Label* Giant Antasari di Bandar Lampung. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *Private Label* Giant Antasari di Bandar Lampung
2. Citra Merek (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *Private Label* Giant Antasari di Bandar Lampung
3. Persepsi Kualitas (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *Private Label* Giant Antasari di Bandar Lampung
4. Harga, Citra Merek dan Persepsi Kualitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *Private Label* Giant Antasari di Bandar Lampung

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam usaha meningkatkan penjualan pada Produk *Private Label* Giant Antasari Bandar Lampung, maka disarankan oleh peneliti sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Karena harga yang diberikan produk private label terjangkau bagi konsumen maka perusahaan harus tetap mempertahankan harga yang murah pada produk private label dan tentunya yang harus sesuai dengan kualitas yang diberikan. Perusahaan juga perlu lebih bijak dalam menetapkan harga karena harga akan selalu dikaitkan dengan kualitas produk.

2. Upaya yang sebaiknya dilakukan oleh Perusahaan adalah dengan mempertahankan dan meningkatkan *Citra Private Label Giant*. Maka, disarankan perusahaan membuat kemasan yang dapat menarik konsumen untuk membuat konsumen membeli produk private label karena produk private label sendiri memberikan kesan positif terhadap konsumen.
3. Persepsi kualitas bagi konsumen terhadap produk Private label kurang dimata konsumen sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas dari private label tersebut dan memberikan inovasi pada produk serta kemasan pada produk private label agar lebih terlihat menarik bagi konsumen.

5.2.2 Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan penelitian serta menambah kekurangan yang ada pada penelitian ini dengan menambah variabel – variabel lain selain Harga, Citra Merek dan Persepsi Kualitas sehingga akan mengetahui faktor – faktor lain yang mempengaruhi tingkat Keputusan Pembelian Produk *Private Label* pada konsumen Giant Antasari di Bandar Lampung, .