

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Upaya Alfamart dalam melakukan strategy *private label* ada 3 cara yaitu dengan memberikan harga yang lebih murah dibanding dengan *national brand*, memberikan menempatkan produk *private label* pada rak khusus dan melakukan promosi via website, twitter dan facebook.
2. Tanggapan konsumen tentang upaya Alfamart, dalam melaksanakan strategi *private label* termasuk dalam kategori cukup, hal ini artinya mayoritas responden telah merasakan strategi *private label* yang dilakukan Alfamart terjadi karena efektifnya strategi *private label* yang digunakan oleh Alfamart khususnya dari aspek harga, karena produk *private label* Alfamart menawarkan lebih murah dibandingkan produk nasional, dari aspek promosi konsumen cukup banyak tertarik dengan promosi-promosi menarik yang dikeluarkan Alfamart.
3. *Keputusan Pembelian* di Alfamart termasuk dalam kategori cukup, artinya mayoritas responden telah mengambil keputusan pembelian

barang-barang convinens di Alfamart hal ini dilihat dari mayoritas responden menyatakan citra Alfamart baik:

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *private label* terhadap *keputusan pembelian* di Alfamart Katamso dengan pengaruh yang cukup erat. Apabila Alfamart memperhatikan beberapa aspek produk, harga, promosi, dan kemasan maka akan mendorong untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan pembahasan bab IV diatas peneliti menemukan beberapa hal yang berkaitan dengan pelaksanaan *private label* yang dilakukan oleh Alfamart sebagai berikut :

- a. Sebagian besar konsumen masih belum yakin dengan kualitas produk *private label* Alfamart sehingga para konsumen tidak menjadikan produk *private label* sebagai prioritas saat belanja.
- b. Harga murah memang cukup menarik konsumen untuk membeli produk *private label* namun dijamin sekarang ini konsumen lebih cerdas dalam memilih suatu produk sehingga harga tidak menjadi prioritas dalam membeli suatu produk.
- c. Penempatan produk *private label* sudah cukup baik dengan menyediakan rak khusus produk alfamart yang tidak dicampur dengan produk nasional. Sehingga memudahkan konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan.

- d. Promosi yang dilakukan oleh Alfamart via web, twitter, dan facebook jarang dibaca oleh konsumen hal ini karena pengguna facebook sudah jarang. Tidak semua konsumen memiliki sosial media dan membaca promo yang dilakukan oleh Alfamart.
- e. Dari sisi kemasan cukup baik, namun ada beberapa produk yang dikemas biasa saja terkesan murah namun yang paling utama adalah konsumen masih merasa asing dengan produk-produk *private label* Alfamart.

5.2 Saran

- a. Guna menanggulangi permasalahan “Sebagian besar konsumen masih belum yakin dengan kualitas produk *private label* Alfamart sehingga para konsumen tidak menjadikan produk *private label* sebagai prioritas saat belanja”, menurut peneliti sebaiknya Alfamart memfokuskan terhadap produk dibutuhkan oleh konsumen seperti : air minum (air mineral maupun berasa), rokok dan lainnya.
- b. Guna menanggulangi permasalahan “Harga murah memang cukup menarik konsumen untuk membeli produk *private label* namun di jaman sekarang ini konsumen lebih cerdas dalam memilih suatu produk sehingga harga tidak menjadi prioritas dalam membeli suatu produk”, menurut peneliti sebaiknya lebih selektif dalam memilih produk yang

akan dijadikan produk *private label* serta memfokuskan pada produk yang bagus harus sesuai dengan harga yang murah.

- c. Guna menanggulangi permasalahan “Penempatan *private label* sudah baik, namun karena sekarang terdapat beraneka macam produk *private label* sehingga konsumen merasa kesulitan dalam mencari produk yang mereka butuhkan”, menurut peneliti sebaiknya jangan terlalu banyak memajang produk yang sama di beberapa tempat, serta produk *private label* dan untuk produk dengan penjualan rendah kurangi kapasitas ruangnya untuk diisi dengan produk lain termasuk national brand.
- d. Guna menanggulangi masalah “Promosi yang dilakukan oleh Alfamart via web, twitter dan facebook jarang dibaca oleh konsumen hal ini dikarenakan user facebook sudah sangat jarang, Alfamart harus lebih banyak membuat promo yang menarik misalnya dengan beli 1 gratis 1. Dan membuat brosur yang lebih banyak disebarakan kepada konsumen yang berbelanja.
- e. Guna menanggulangi permasalahan “Dari sisi kemasan cukup , namun ada beberapa produk yang dikemas biasa saja terkesan murah namun yang masalah utama adalah konsumen masih merasa asing dengan produk-produk *private label* Alfamart.” Menurut peneliti sebaiknya Alfamart berfokus pada ke empat poin diatas jika sudah baik maka kemasan yang sederhana pun *private label* Alfamart akan dinilai baik.