

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ditemukan dalam penelitian ini maka peneliti menarik simpulan sebagai berikut:

1. Citra merek (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan *private label* (Y).
2. Promosi (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan *private label* (Y).
3. Citra merek (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel penjualan *private label* (Y).

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Alfamart Gajah Mada disarankan lebih memperhatikan citra merek yang ditawarkan dengan melakukan *survey* ke pelanggan untuk melihat produk yang paling sering dibeli oleh pelanggan, sehingga hal ini dapat membantu Alfamart Gajah Mada dalam penjualan produk *private label*.
2. Alfamart Gajah Mada disarankan lebih memperhatikan promosi terhadap produk *private label* dengan meningkatkan promosi yang lebih gencar lagi dengan menggunakan berbagai media dan dilakukan secara lebih kreatif agar

penjualan produk *private label* Alfamart tidak kalah dengan produk dengan merek nasional.

3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi penjualan produk *private label*, seperti kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, faktor distribusi dan lain-lain.