

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian yang telah dilakukan menghasilkan beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut :

1. *Perceived quality* memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk *private label* Alfamidi secara positif dan signifikan. Konsumen yang memiliki persepsi kualitas produk yang baik pada produk *private label* Alfamidi cenderung lebih tertarik untuk membeli produk tersebut. Sedangkan konsumen yang memiliki persepsi kualitas produk yang buruk pada produk *private label* Alfamidi cenderung kurang tertarik untuk membeli produk tersebut.
2. *Perceived risk* memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk *private label* Alfamidi secara negatif dan signifikan. Hal ini dikarenakan konsumen yang merasa risiko dari pembelian produk *private label* Alfamidi yang lebih tinggi cenderung kurang tertarik untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya jika konsumen memiliki risiko pembelian produk *private label* Alfamidi yang lebih rendah cenderung lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk perusahaan ritel Alfamidi:

1. Meningkatkan kualitas produk. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk *private label* mereka dengan meningkatkan fitur dari segi ekstrinsik, intrinsik, dan fungsional produk. Hal ini dapat membantu meningkatkan minat beli konsumen dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2. Meminimalisir *perceived risk*. Perusahaan dapat meminimalisir *perceived risk* konsumen terhadap produk *private label* mereka dengan memastikan keaslian produk dan memberikan jaminan kualitas pada produk *private label* mereka. Hal ini dapat membantu mengurangi *perceived risk* dan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk *private label* Alfamidi.