**BAB V**

**Kesimpulan dan Saran**

Pada bab akhir ini, peneliti mengemukakan hasil akhir yang diperoleh setelah melkukn pengujian dari penelitian menyeluruh. Hasil – hasil temuan tersebut akan diringkas menjadi suatu ringkasan kesimpulan sederhana yang dapat dipahami dengan mudah.

Selain itu pada bab ini juga peneliti memaparkan saran-saran yang berasa dari pemahaman, ide, dan berbagai batasan yang peneliti peroleh saat melalui setiap tahap dan proses yang telah peneliti jalani dalam melakukan pengujian ini. Saran – saran ini adalah saran untuk perusahaan yang menjadi objek penelitian, dan juga untuk peneliti berikutnya yang akan membahas topic terkait. Peneliti berharap agar setiap temuan dan saran penelitian ini akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya serta ba pihak – pihak yang membutuhkan di kemudian hari.

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh dari bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan untuk menjawab permasalahan penelitian. Beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Store image perception* secara signifikanberpengaruh positif terhadap *brand acceptance.*
2. *Perceived Price* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *perceived quality.*
3. *Perceived Quality* secara signifikan berpengaruh *positif terhadap brand acceptance.*
4. *Perceived price* secara signifikan tidak berpengaruh positif terhadap *brand acceptance.*
5. *Perceived price* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *brand acceptance* melalui *perceived quality.*

Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *brand acceptance* dapat dipengaruhi langsung oleh *store image perception.* Semakin baik *store image perception* yang dibangun oleh Miniso maka semakin tinggi *brand acceptance* (penerimaan merek) tersebut. Namun *perceived price* tidak dapat secara langsung berpengaruh terhadap *brand acceptance,* namun harus dimediasi oleh *perceived quality.* Konsumen Miniso tidak hanya mempertimbangkan dari harga saja, namun dari kualitas produk itu juga. *Perceived price* harus dimediasi oleh *perceived quality* karena pandangan pelanggan adalah *value.* Dengan harga yang sesuai dengan kualitas merek tesebut maka akan tinggi pula penerimaan merek tersebut di kalangan masyarakat.

1. **Saran**
2. **Bagi Pihak Perusahaan**

Sebaiknya Miniso perlu memperhatikan ketersediaan produk-produknya terlebih pada produk-produk yang sangat diminati. Miniso juga perlu untuk memperhatikan harga dengan harga pesaing lainnya, karena banyak pelanggan dari Miniso yang cukup sensitif terhadap harga. Agar dapat bertahan Miniso perlu mempertahankan keunikannya dengan meningkatkan kapabilitasnya dan terus berinovasi dalam membuat produk – produk yang unik dan berkualitas.

1. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Untuk penelitian berikutnya agar menghubungkan *perceived price* dan *perceived quality* dengan *perceived value* sebagai penerimaan suatu merek.