

Pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap intensi pembelian kembali produk private label : studi kasus: produk private label Indomaret = The effect of store image and service quality on repurchase intention for private label brands : case study private label brand of Indomaret

Fahd Afkar Hakiki, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331482&lokasi=lokal>

Abstrak

Fokus dari skripsi ini adalah untuk menguji hubungan antara Citra Toko dan Kualitas Pelayanan melalui Citra Merek, Intensitas Pembelian Kembali, Kesadaran Harga dan Resiko yang diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Citra toko secara positif berpengaruh pada Intensitas Pembelian, berpengaruh secara negatif terhadap Citra Merek. Kualitas pelayanan secara positif berpengaruh pada Citra merek tapi secara signifikan tidak memiliki pengaruh terhadap Intensitas Pembelian Kembali. Citra Merek secara signifikan tidak memiliki pengaruh terhadap Intensitas Pembelian Kembali, berpengaruh secara negatif terhadap Resiko yang diterima. Resiko yang Diterima secara negatif berpengaruh terhadap Kesadaran Harga dan Intensitas Pembelian Kembali. Kesadaran Harga secara positif berpengaruh pada Intensitas Pembelian Kembali. Data dalam penelitian ini sebanyak 155 responden menggunakan kuesioner. Sembilan hipotesis penelitian diuji menggunakan Structural Equation Modelling (SEM).

.....The focus of this thesis is to examine the relationship between the Store Image and Service Quality through the Brand Image, Repurchase Intention, Price Consciousness and Perceived Risk. The results of this research show that the Store Image positively influential on Repurchase Intention, influence negatively on Brand Image. Service Quality affect positively on the brand image but significantly did not have an impact on Repurchase Intention. Brand image significantly did not have an impact on Repurchase Intention, negatively affect the Perceived Risk. The Perceived Risk negatively affect Price Consciousness and Repurchase Intention. Price Consciousness affect positive on Repurchase Intention. Data in this research is collected from 155 respondents by spreading the questionnaire. Nine hypotheses in this research are tested by using Structural Equation Modeling (SEM).