

Analisis pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap niat beli pada produk private label brand studi kasus pada lotte mart retail = Analysis effect of store image and service quality in terms of purchase intention for private label brand products case studies lotte mart retail

Anggi Paima Ulibasa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346798&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan ritel yang begitu pesat menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan ritel baik dalam maupun luar negeri. Hal ini mengharuskan pihak manajemen perusahaan ritel mengembangkan strategi untuk bertahan di industri ritel khususnya hipermarket. Salah satu strategi yang marak diterapkan adalah dengan menggunakan nama tokonya sebagai merek produk yang dikenal dengan Private Label Brand (PLB). Hal ini menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian terhadap niat pembelian produk PLB. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara citra toko dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian produk PLB dan juga dampak persepsi risiko dan kesadaran harga yang dirasakan konsumen terhadap niat pembelian.

Data diolah menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara citra toko dan niat pembelian, selain itu ditemukan juga pengaruh yang besar antara kualitas pelayanan dan niat pembelian. Perusahaan ritel disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya demi menciptakan citra PLB yang baik sehingga niat pembelian konsumen juga turut meningkat. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti hendaknya lebih fokus dalam memilih objek penelitian untuk menghindari ambiguitas pada responden dan juga mempertimbangkan adanya variabel product familiarity untuk hasil yang lebih mendalam.

.....The tremendous growth of retail caused the fierce competition among the retail company both in our country and also overseas. Thus, the management of the company has to develop some strategies in order to survive in the retail industry especially in the hypermarket area. One of the famous strategies applied is to label the product according to the store`s name which is well known as Private Label Brand (PLB). This case brings the attention of the writer to do some researches on purchase intention for PLB product. This thesis aims to investigate whether or not there is influence between the store image and service quality towards purchase intention for PLB products and also the effect of perceive risks and price consciousness the costumers feel towards the purchase intention.

The data perceived by using Structural Equation Model (SEM) which reveals not only that there is a slight influence between the services and the purchase intention, but also big influence between service quality and purchase intention. As the conclusion, the retail companies need to improve their service quality in order to create good store image PLB so the costumer purchase intention will increase. For the future research, it is advised for the writer to be more specific in choosing the object of the research to avoid the ambiguity of the respondents and also to include the product familiarity for the better result.