

Pengaruh store image terhadap purchase intention produk private label: studi pada Sephora Kota Kasablanka = The influence of store image towards purchase intention of private label product: a study on Sephora Kota Kasablanka

Edyna Ayu Qousersha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20445294&lokasi=lokal>

Abstrak

Private label merupakan sebuah merek yang dikelola sendiri oleh peritel. Dalam lingkungan ritel, penilaian pelanggan terhadap produk private label seringkali dikaitkan dengan store image dari toko ritel tersebut. Penelitian ini meneliti pengaruh store image terhadap purchase intention produk private label. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data dan informasi dikumpulkan melalui survei dengan alat bantu kuisioner dan studi kepustakaan. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pengunjung Sephora Kota Kasablanka yang merupakan wanita yang berdomisili di Jakarta dan pernah melakukan pembelian selain produk private label di Sephora Kota Kasablanka setidaknya satu kali dalam tiga bulan terakhir. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik non-probability dengan convenience sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa store image memiliki pengaruh terhadap purchase intention produk private label.

.....Private label is a brand managed by a retailer. In a retail environment, customer evaluation on private label product often associated with the store image of a retailer. This study aims to research the effect of store image towards purchase intention of private label product. This research used a quantitative approach, where data and information were collected through survey with the tools of questionnaire and bibliographical studies. The sample of this study were 100 visitors of Sephora Kota Kasablanka which were women reside in Jakarta and have purchased other than private label product at least once in the last three months at Sephora Kota Kasablanka before. The samples were selected using non probability methods with convenience sampling. Analysis technique of the data used is simple linear regression using SPSS 20. The result indicated that store image affects purchase intention of private label products.