

Pengaruh corporate brand image, store image, perceived risk dan price image terhadap purchase intention pada produk private label carrefour =
The influence of corporate brand image, store image, perceived risk and price image a study case on carrefour private label brand

M. Alimardi Hubeis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475714&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor apa saja yang berperan dalam mempengaruhi pelanggan Carrefour untuk membeli produk private label Carrefour. Dalam penelitian ini, minat beli konsumen dijelaskan dengan mengamati beberapa variabel: brand image, store image, perceived risk dan price image. Untuk menganalisa hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan metode structural equation modeling SEM dan berhasil menemukan bahwa variabel perceived risk dan price image merupakan variabel utama yang memiliki peran secara langsung dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk private label. Kemudian ditemukan juga bahwa store image juga memiliki peran yang penting namun secara tidak langsung dalam mempengaruhi minat beli pelanggan.

.....This study aims to find out what factors are involved in influencing Carrefour's customers to purchase Carrefour private label products. In this study, brand image, store image, risk perception and price image are analyzed to explain the customer's purchase intention. To analyze the relationship between these variables, this research uses structural equation modeling SEM method and found out that perceived risk and price image are the main variables influencing customer's purchase intention. Then it was also found that store image has an indirect influence on affecting the customer's purchase intention.