

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Skripsi Sarjana  
Program Studi Manajemen  
Semester Genap 2015/2016

## **ANALISIS PENGARUH *VALUE CONSCIOUSNESS* DAN *PRICE QUALITY ASSOCIATION* TERHADAP *PRIVATE LABEL BRAND* DAN *NATIONAL BRAND PROMOTION PURCHASE INTENTION* DENGAN *ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

NPM: 1241134  
Jekky Gunawan

### Abstrak

Bisnis ritel mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun ke tahun dan mendorong peritel meluncurkan produk private label untuk memperkuat daya saing. Perusahaan yang memproduksi *national brand* menggunakan promosi pada produknya untuk meningkatkan daya saing dalam hal harga terhadap *private label brand*. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *value consciousness* dan *price quality association* terhadap minat pembelian *private label brand* dan *national brand promotion* dengan *attitude* sebagai *intervening*. Penelitian ini menggunakan sampel dari 210 responden yang berbelanja di pusat perbelanjaan seperti Giant, Hypermart, dan Carrefour. Metode statistik yang digunakan dalam menganalisis data adalah model regresi berganda. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*. Data penelitian yang telah dikumpulkan diuji menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) v.21*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik dengan *national brand promotion* daripada *private label brand*. Secara umum, beberapa konsumen melihat bahwa produk *national brand promotion* lebih menarik karena *price promotion* pada *national brand* dapat dinyatakan sebagai salah satu cara hemat tanpa khawatir kualitas produk akan hilang.

**Kata Kunci:** *Private label brands, national brand promotion, attitude, purchase intention, value consciousness, price-quality association.*