

- b. Apakah *value consciousness* berpengaruh signifikan positif terhadap *national brand promotion attitudes* ?
- c. Apakah *price quality association* berpengaruh signifikan positif terhadap *private label brand attitudes* ?
- d. Apakah *price quality association* berpengaruh signifikan positif terhadap *national brand promotion attitudes* ?
- e. Apakah *value consciousness* berpengaruh signifikan positif terhadap *private label brand purchase intention* ?
- f. Apakah *value consciousness* berpengaruh signifikan positif terhadap *national brand promotion purchase intention* ?
- g. Apakah *price quality association* berpengaruh signifikan positif terhadap *private label purchase intention* ?
- h. Apakah *price quality association* berpengaruh signifikan positif terhadap *national brand promotion intention* ?
- i. Apakah *private label attitudes* berpengaruh signifikan positif terhadap *private label purchase intention* ?
- j. Apakah *national brand promotion attitudes* berpengaruh signifikan positif terhadap *national brand promotion purchase intention* ?
- k. Apakah *value consciousness* berpengaruh signifikan positif terhadap *private label brand purchase intention* dengan *private label brand attitude* sebagai variabel *intervening* ?

- l. Apakah *value consciousness* berpengaruh signifikan positif terhadap *national brand promotion purchase intention* dengan *national brand promotion attitude* sebagai variabel *intervening* ?
- m. Apakah *price-quality association* berpengaruh signifikan positif terhadap *private label brand purchase intention* dengan *private label brand attitude* sebagai variabel *intervening* ?
- n. Apakah *price-quality association* berpengaruh signifikan positif terhadap *national brand promotion purchase intention* dengan *national brand promotion attitude* sebagai variabel *intervening* ?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1.3.1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui jawaban yang dikehendaki dari perumusan masalah. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

- a. Pengaruh *value consciousness* terhadap *private label brand attitudes*
- b. Pengaruh *value consciousness* terhadap *national brand promotion attitudes*
- c. Pengaruh *price quality association* terhadap *private label brand attitudes*
- d. Pengaruh *price quality association* terhadap *national brand promotion attitudes*

- e. Pengaruh *value consciousness* terhadap *private label brand purchase intention*
- f. Pengaruh *value consciousness* terhadap *national brand promotion purchase intention*
- g. Pengaruh *price quality association* terhadap *private label brand purchase intention*
- h. Pengaruh *price quality association* terhadap *national brand promotion purchase intention*
- i. Pengaruh *private label brand attitudes* terhadap *private label brand purchase intention*
- j. Pengaruh *national brand promotion attitudes* terhadap *national brand promotion purchase intention*
- k. Pengaruh *value consciousness* terhadap *private label brand purchase intention* dengan *private label brand attitude* sebagai variabel *intervening*
- l. Pengaruh *value consciousness* terhadap *national brand promotion purchase intention* dengan *national brand promotion attitude* sebagai variabel *intervening*
- m. Pengaruh *price-quality association* terhadap *private label brand purchase intention* dengan *private label brand attitude* sebagai variabel *intervening*
- n. Pengaruh *price-quality association* terhadap *national brand promotion purchase intention* dengan *national brand promotion attitude* sebagai variabel *intervening*

1.3.2. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi bagi bisnis ritel yaitu dapat mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas antara *private label brand* dengan *national brand promotion*, sehingga kedepan nantinya sebagai dasar dalam membuat strategi pemasaran yang lebih baik sehingga mampu menghadapi persaingan global.

2. Bagi Universitas

Dapat bermanfaat sebagai informasi yang berguna bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lanjutannya yang berkaitan dengan masalah pengaruh harga dan kualitas dari *private label brand* dengan *national brand promotion*.

1.4. Sistematika pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman penelitian, maka dibuat rancangan penulis dan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, kerangka pemikiran hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi tentang definisi variabel operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan rekomendasi dari hasil penelitian.