

**PENGARUH *PRIVATE LABEL BRAND*, *STORE IMAGE*,  
*PRICE CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE  
INTENTION* KONSUMEN DI GUARDIAN  
GALAXY MALL SURABAYA**



**OLEH:  
SHENTA CLARETTA  
3103015326**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018**

**PENGARUH *PRIVATE LABEL BRAND*, *STORE IMAGE*,  
*PRICE CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE  
INTENTION* KONSUMEN DI GUARDIAN GALAXY  
MALL SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**SHENTA CLARETTA**

3103015326

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018**

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRIVATE LABEL BRAND*, *STORE IMAGE*,  
*PRICE CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE*  
*INTENTION* KONSUMEN DI GUARDIAN GALAXY  
MALL SURABAYA**

OLEH:

SHENTA CLARETTA

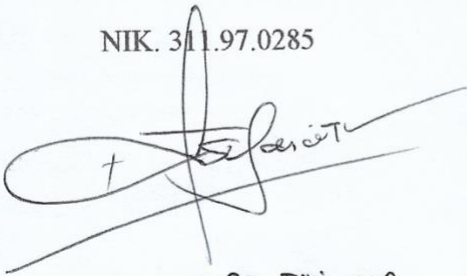
3103015326

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik untuk Diajukan Kepada  
Tim Penguji

Pembimbing I

Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni  
Putra, SE., M. Si.

NIK. 311.97.0285



Tanggal: 29 Juni 2018

Pembimbing II

Robertus Sigit Hariwibowo  
Lukito, SE., M.Sc.

NIK. 311.11.0678



Tanggal: 30 Juni 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh Shenta Claretta NRP 3103015326**  
Telah diuji pada tanggal 25 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si.  
NIK 311.96.0252.

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr.Lodovicus Lasdi, MM  
NIK. 321.99.0370



Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc  
NIK. 311.11.0678

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa  
Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Shenta Claretta

NRP : 3103015326

Judul Skripsi : Pengaruh *Private Label Brand, Store Image, Price Consciousness* terhadap *Purchase Intention* Konsumen di Guardian Galaxy Mall Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasi/ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Juni 2018



Shenta Claretta

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan berterima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat, rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Private Label Brand, Store Image, Price Consciousness terhadap Purchase Intention Konsumen di Guardian Galaxy Mall Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Ekonomi atas segala asuhan dan didikannya sejak penulis menjadi anggota keluarga besar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

3. Bapak Dr. A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
7. Terima kasih buat kedua orang tua tercinta, Bapak Oei Tiong Hien, Ibu Go Yam Hong, saudari Madeline Taurisa dan seluruh keluarga besar yang memberikan doa, dukungan, perhatian dan semangat.
8. Terima kasih buat tunangan, Kevin Januar Halim yang selalu memberikan dukungan doa dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada sahabat-sahabat, Revita Stacia, Amanda Claudia, Vincensiana Alexandra, Vinny Alvionita, Jessica Sugiono, Lily dan teman-teman angkatan 2014 yang telah menemani dan

memberikan dukungan moral. Terima kasih sudah memotivasi penulis. Dukungan kalian benar-benar berarti bagi penulis, serta semua asisten lab yang sudah membantu proses pengerjaan skripsi penulis, khususnya Lie Dicky dan Stanley Wang.

10.Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis, sehingga penulis bersedia menerima kritik maupun saran dari semua pihak. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 25 Juni 2018

Shenta Claretta



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
<b>ABSTRACT</b> .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. <i>Purchase Intention</i> .....	15
2.2.2. <i>Private Label Brand</i> .....	17
2.2.3. <i>Store Image</i> .....	19

2.2.4. <i>Price Consciousness</i> .....	21
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	22
2.3.1. Pengaruh <i>Private Label Brand</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	22
2.3.2. Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	23
2.3.3. Pengaruh <i>Price Consciousness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	24
2.4. Model Penelitian.....	25
2.5. Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	27
3.1. Desain Penelitian.....	27
3.2. Identifikasi Variabel.....	27
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.3.1. <i>Private Label Brand</i> .....	28
3.3.2. <i>Store Image</i> .....	29
3.3.3. <i>Price Consciousness</i> .....	29
3.3.4. <i>Purchase Intention</i> .....	30
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	30
3.5. Pengukuran Variabel.....	31
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.7.1. Populasi.....	32
3.7.2. Sampel.....	32

3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.8. Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1. Analisis Deskriptif .....	34
3.8.2. Uji Validitas .....	35
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.4. Uji Realibilitas.....	36
3.8.5. Analisis Regresi Berganda.....	37
3.8.6. Uji Koefisien Determinasi Berganda(R <sup>2</sup> ).....	38
3.8.7. Uji Hipotesis.....	38
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Deskriptif Data Penelitian.....	42
4.1.1 Sampel Penelitian.....	42
4.1.2 Karakteristik Responden.....	42
a. Mengetahui Merek Toko Guardian.....	42
b. Pernah masuk ke outlet Guardian selama 3 bulan terakhir.....	43
c. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
d. Berdasarkan Usia.....	44
e. Berdasarkan Tempat Tinggal.....	45
f. Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
g. Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	47
h. Berdasarkan Uang Saku dalam Sebulan.....	48
4.2 Deskripsi Data.....	49
4.2.1 Deskripsi Variabel <i>Private Label Brand</i> .....	50

4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Store Image</i> .....	52
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Price Consciousness</i> .....	53
4.2.4	Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	54
4.3	Hasil Analisis Data.....	55
4.3.1	Uji Validitas.....	55
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.3.2.1	Uji Multikolinearitas.....	57
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.3.3	Uji Realibilitas.....	60
4.3.4	Analisis Regresi Berganda.....	61
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi Berganda(R <sup>2</sup> ).....	64
4.3.6	Uji F.....	64
4.3.7	Uji T.....	66
4.4	Pembahasan.....	68
4.4.1	Pengaruh <i>Private Label Brand</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	68
4.4.2	Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	69
4.4.3	Pengaruh <i>Price Consciousness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	71
<b>BAB 5</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>74</b>
5.1	Simpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
5.2.1	Saran Akademis.....	75

5.2.2 Saran Praktis.....76

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	13
Tabel 4.1	Mengetahui Merek Guardian.....	43
Tabel 4.2	Pernah masuk ke outlet Guardian selama 3 bulan terakhir.....	43
Tabel 4.3	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.4	Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.5	Berdasarkan Tempat Tinggal.....	46
Tabel 4.6	Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.7	Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	48
Tabel 4.8	Berdasarkan Uang Saku dalam Sebulan.....	49
Tabel 4.9	Interval Rata-Rata Skor.....	50
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel <i>Private Label Brand</i> .....	50
Tabel 4.11	Deskripsi Variabel <i>Store Image</i> .....	52
Tabel 4.12	Deskripsi Variabel <i>Price Consciousness</i> .....	53
Tabel 4.13	Deskripsi Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	54
Tabel 4.14	Pengujian Validitas Indikator Penelitian.....	56
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel 4.17	Hasil Uji Realibilitas.....	66
Tabel 4.18	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Bersih di Tahun 2015-2017.....	4
Gambar 1.2 <i>Private Label Brand</i> Guardian.....	7
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	25

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3A. Jawaban Responden tentang Variabel PL
- Lampiran 3B. Jawaban Responden tentang Variabel SI
- Lampiran 3C. Jawaban Responden tentang Variabel PC dan PI
- Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Pengujian Diskriptif
- Lampiran 6. Pengujian Validitas Indikator Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Uji Realibilitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda dan Hasil Uji  
Multikolinearitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas



**PENGARUH *PRIVATE LABEL BRAND*, *STORE IMAGE*,  
*PRICE CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE  
INTENTION* KONSUMEN DI GUARDIAN GALAXY  
MALL SURABAYA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Private Label Brand*, *Store Image*, *Price Consciousness* terhadap *Purchase Intention* Konsumen di Guardian Galaxy Mall Surabaya. Dalam penelitian ini, keempat variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis Regresi SPSS. Objek penelitian ini adalah Guardian Galaxy Mall Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang dibangun dapat memprediksi niat pembelian konsumen secara terperinci hasil menjelaskan pada pengujian hipotesis pertama, *Private Label Brand* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*, hipotesis kedua yaitu *Store Image* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*, dan hipotesis ketiga, *Price Consciousness* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*.

**Kata Kunci:** *Private Label Brand*, *Store Image*, *Price Consciousness*, dan *Purchase Intention*.

***THE INFLUENCE OF PRIVATE LABEL BRAND, STORE  
IMAGE, PRICE CONSCIOUSNESS OF CONSUMER  
PURCHASE INTENTION IN GUARDIAN GALAXY MALL  
SURABAYA***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the influence of Private Label Brand, Store Image, Price Consciousness of Consumer Purchase Intention in Guardian Galaxy Mall Surabaya. In this research, the four variables are analyzed using SPSS Regression analysis. The object of this research is Guardian Galaxy Mall Surabaya. The number of samples used in the study were 100 respondents. The result of the research shows that the model built can predict the intention of consumer purchasing in detail the results explained in the first hypothesis testing, Private Label Brand has positive effect on Purchase Intention, the second hypothesis that Store Image has no effect on Purchase Intention, and third hypothesis Price Consciousness has positive effect on Purchase Intention.*

***Keywords: Private Label Brand, Store Image, Price Consciousness, and Purchase Intention.***