

**PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL BRAND*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN MEDIASI  
*PERCEIVED RISK* PADA ACE HARDWARE DI  
TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**OLEH :**

**DAVID KOSASIH  
3103014108**

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

**PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL BRAND* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN MEDIASI *PERCEIVED RISK* PADA ACE HARDWARE DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH :

DAVID KOSASIH

3103014108

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN


SKRIPSI

**PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL BRAND* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN MEDIASI *PERCEIVED RISK* DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Oleh :  
DAVID KOSASIH  
3103014108


Telah Disetujui dan Diterima dengan baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Dominicus Wahyu Pradana SE., M.M.  
NIK. 311.15.0876

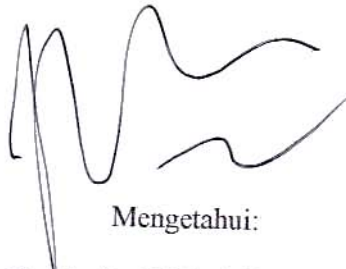
Tanggal : 29/6/18 .....

Tanggal: 29/06/2018 .....

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh David Kosasih NRP 3103014108 Telah diuji pada tanggal 31 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji :



Mengetahui:

Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

NIK. 311.96.0252

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPAI

NIK.321.99.0370

Ketua Jurusan,



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 bertanda tangan di bawah ini :

Nama : David Kosasih

NRP : 3103014108

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Image* dan *Private Label Brand* Terhadap *Repurchase Intention* dengan mediasi *Perceived Risk* di Tunjungan Plaza Surabaya

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

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

Surabaya, 29 Juni 2018

Yang Menyatakan,



David Kosasih

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala kasih, hikmat, dan penyertaan-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan baik. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Store Image* dan *Private Label Brand* Terhadap *Repurchase Intention* dengan mediasi *Perceived Risk* di Tunjungan Plaza Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE.,M.Sc selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dominicus Wahyu Pradana SE., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan

pikiran serta memberikan dorongan, saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Papa dan mama, kakek dan nenek yang telah memberikan dukungan dari awal hingga akhir dari penulisan skripsi ini.
6. Kakak-kakak saya yaitu, Lidya dan adik saya yaitu, Yusak yang telah mendukung saya dan selalu ada buat saya ketika saya membutuhkan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Serena Hilary Yapri, yang juga berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir tetapi selalu bisa memberikan bantuan ketika saya membutuhkan, selalu mendoakan, menemani, mendukung, memberikan support kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Sahabat-sahabat saya, yaitu Michael Wijaya, Agnes, Yason, Ivan yang telah mendukung dan memberikan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan lapang dada. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 29 Juni 2018

David Kosasih

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .. ..	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan . .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	12



2.2.1 <i>Store Image</i> .....	12
2.2.2 <i>Private Label Brand Image</i> .....	14
2.2.3 <i>Perceived Risk</i> .....	15
2.2.4 <i>Repurchase Intention</i> .....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	17
2.3.1 Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Perceived Risk</i> .....	17
2.3.2 Pengaruh <i>Private Label Brand Image</i> terhadap <i>Perceived Risk</i> ..	18
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	19
2.3.4 Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> dengan mediasi <i>Perceived Risk</i> .....	20
2.3.5 Pengaruh <i>Private Label</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> dengan mediasi <i>Perceived Risk</i> .....	20
2.4 Model Penelitian .....	22
2.5 Hipotesis .....	23
 BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian .....	24
3.2 Identifikasi Variabel .....	24
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	24
3.3.1 <i>Store Image</i> .....	25
3.3.2 <i>Private Label Brand Image</i> .....	25

3.3.3 <i>Perceived Risk</i> ....	26
3.3.4 <i>Repurchase Intention</i> .....	27
3.4 Jenis dan Sumber Data .	27
3.5 Pengukuran Variabel .....	28
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	29
3.7 Populasi dan Sampel.....	29
3.8 Teknik Analisis Data ....	30
3.8.1 Uji Validitas .....	31
3.8.2 Uji Realibilitas ....	31
3.8.3 Analisis Structural Equation Model.....	32
3.8.4 Pengujian Hipotesis .....	36
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Data Penelitian .....	37
4.1.1 Profil data Responden .....	37
4.1.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian.....	45
4.2 Pengujian Data .....	51
4.2.1 Pengujian Normalitas Data .....	52
4.2.2 Uji Validitas .....	54
4.2.3 Uji Realibilitas.....	56
4.3 Pengujian Model .....	57
4.4 Struktural Model .....	58
4.5 Pengujian Hipotesis .....	60

4.6 Pembahasan .....	62
4.6.1 Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Perceived Risk</i> .....	62
<i>Risk</i> .....	62
4.6.2 Pengaruh <i>Private Label Brand Image</i> terhadap <i>Perceived Risk</i> ....	63
<i>Perceived Risk</i> .....	63
4.6.3 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	64
<i>Intention</i> .....	64
4.6.4 Pengaruh <i>Store Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Perceived Risk</i> .....	65
<i>Intention</i> melalui <i>Perceived Risk</i> .....	65
4.6.5 Pengaruh <i>PLB Image</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Perceived Risk</i> .....	66
<i>Intention</i> melalui <i>Perceived Risk</i> .....	66

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
5.2.1 Saran Praktis .....	68
5.2.2 Saran Akademis ....	70

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini .....	11
Tabel 3.1 Goodness of Fit.....	35
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi belanja selama 6 bulan.....	41
Tabel 4.6 Profil Responden berdasarkan Pendapatan .....	42
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Store Image Ace</i> Hardware .....	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>PLB Image Ace</i> Hardware .....	45
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Risk Ace</i> Hardware.....	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Repurchase Intention</i> Ace Hardware.....	48
Tabel 4.11 Hasil pengujian Normalitas .....	50

Halaman

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas . .....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas .....	54
Tabel 4.14 Pengujian Model Fit. ....	55
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	58

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 <i>Path Diagram Estimates (t-value)</i> .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Profil Responden
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. Penentuan Kelas Interval
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output SEM
- Lampiran 7. Data Kuisisioner
- Lampiran 8. *Path Diagram*
- Lampiran 9. Hasil Uji Realibilitas

## ABSTRAK

Peningkatan jumlah ritel modern dipengaruhi oleh masuknya peritel asing ke Indonesia. Sehingga peritel Indonesia harus menjaga produk toko agar dapat bersaing dengan peritel pesaing dengan memperhatikan citra toko, label merek toko dan memperhatikan tanggapan konsumen tentang toko. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Store Image* dan *Private Label Brand* Terhadap *Repurchase Intention* dengan mediasi *Perceived Risk* di Ace Hardware Tunjungan Plaza Surabaya. Dalam penelitian ini, kelima variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis SEM LISREL 8.70. Objek penelitian ini adalah Ace Hardware Tunjungan Plaza Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 180 responden dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang dibangun dapat memprediksi perilaku konsumen tentang *repurchase intention*. Secara terperinci hasil penelitian menunjukkan bahwa *store image* dan *private label brand* berpengaruh negatif terhadap *perceived risk*. *Perceived Risk* berpengaruh negatif terhadap *repurchase intention*. tetapi apabila *perceived risk* menjadi mediasi untuk *store image* dan *private label brand* terhadap *repurchase intention* maka akan berpengaruh positif.

**Kata Kunci** : *Store Image, Private Label Brand, Perceived Risk, Repurchase Intention*



## ABSTRACT

*Increasing the number of modern retail is influenced by the entry of foreign retailers to Indonesia. So Indonesian retailers have to keep store products in order to compete with competitor retailers by paying attention to store image, store brand labels and paying attention to consumer responses about stores. Therefore this research aims to find out the Influence of Store Image and Private Label Brand to Repurchase Intention with Perceived Risk mediation in Ace Hardware Tunjungan Plaza Surabaya. In this study, the five variables were analyzed using SEM LISREL 8.70 analysis. The object of this research is Ace Hardware Tunjungan Plaza Surabaya. The number of samples used in the study of 180 respondents and data collection techniques used in this study is purposive sampling.*

*The results show that the built model can predict consumer behavior about repurchase intention. In detail the results show that store image and private label brand have a negative effect on perceived risk. Perceived Risk negatively affects repurchase intention. but if perceived risk becomes mediation for image store and private label brand to repurchase intention then it will have positive effect.*

**Keyword** : *Store Image, Private Label Brand, Perceived Risk, Repurchase Intention*