

**PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
ACE HARDWARE BOGOR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SALAH
SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**

OLEH :

MUHAMAD LUTHFI

NPM : SI-0216 095



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

2021

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA ACE
HARDWARE BOGOR

OLEH : MUHAMAD LUTHFI

NPM : S1-0216-095

PEMBIMBING 1

PEMBIMBING 2

(DEDY MULYADI,S.Si.,M,Kom) (INDAH KUSUMA HAYATI,SP.,M.Si)

PENGUJI 1

PENGUJI 2

(YUSTIANA WARDHANI,S.Hut.,MM) (WARTOYO HADI,SE.,MM)

Bogor, Januari 2021

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. ISMULYANA DJAN,SE. ,MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmah dan karunia-nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Store Image dan Private Label Terhadap Purchase Intention di Ace Hardware Bogor**”.

Penyusun skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun material. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Ismulyana Djan, S.E.,M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr.Yuli Anwar, S.E.,M.AK., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.SI.,M.Kom selaku Wakil Rektor II, dan Ibu Yustiana Wardhani, S. Hut.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Dedy Mulyadi,S.Si.,M.Kom Selaku dosen pembimbing I dan Ibu Indah Kusuma Hayati, SP.,M.Si selaku dosen pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, motivasi, dan pengarahan.
4. Apa dan Umi saya tercinta, yang telah memberi motivasi dan support kepada saya.
5. Rekan-rekan saya tercinta, seluruh kelas Manajemen Angkatan 2016 yang telah memberikan motivasi dan saling support satu sama lain.

6. Para Pejuang Skripsi Fighter yaitu : Irma Oktapia, R.Susanti, Irnifha Ruchamah, Wulan Arin dan Mia Lailasari yang selalu berjuang bersama, saling support, saling bantu hingga bisa selalu semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Siti Rubbiah sebagai mentor terbaik yang selalu membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan sangat sabar.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan proposal ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT memberrikan pahala atas kebaikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan juga saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi lingkungan akademik maupun lingkungan luas pada umumnya.

Bogor, Januari 2021

(Muhamad Luthfi)

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>COVER</i>	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB	
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Kegunaan Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14

1. Pemasaran	14
a. Manajemen Pemasaran	15
2. Pengertian Ritel	16
3. <i>Store Image</i>	17
a. Pengertian <i>Store Image</i>	17
b. Indikator <i>Store Image</i>	19
4. <i>Private Label</i>	23
a. Pengertian <i>Private Label</i>	23
b. Indikator <i>Private Label</i>	25
5. <i>Purchase Intention</i>	27
a. Pengertian <i>Purchase Intention</i>	27
b. Indikator <i>Purchase Intention</i>	28
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	36
D. Hipotesis Penelitian	37
III. METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Jenis Metode Penelitian	38
B. Variabel Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	45
D. Metode Pengumpulan Data	46
E. Instrumen Penelitian	47
F. Metode Analisis Data	48

IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Sejarah Perusahaan.....	64
	B. Karakteristik Perusahaan.....	67
	C. Teknik Analisis Data	72
	D. Pengujian Hipotesis.....	88
	E. Pembahasan	88
V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	93
	B. Saran.....	93
	DAFTAR PUSTAKA	96
	LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Perkakas Rumah Tangga Top Brand Indonesia 2018	6
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3 Operasional Variabel.....	40
Tabel 4 Skala Likert	48
Tabel 5 <i>Goodness of Fit</i>	58
Tabel 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Mengenal Ace Hardware Bogor	69
Tabel 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Store Image</i>	73
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Private Label</i>	75
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase intention</i>	77

Tabel 13	Hasil Output Full Model_2	79
Tabel 14	Hasil Pengujian Full Model_2.....	82
Tabel 15	Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	86
Tabel 16	Korelasi Antar Konstruk dan Akar Kuadrat AVE	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Pencapaian Ritel.....	3
Gambar 2 Kinerja Emite Ritel 2018	5
Gambar 3 Data Pengunjung di Bulan Juli.....	9
Gambar 4 Jalur Distribusi Barang Dagangan	17
Gambar 5 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
Gambar 6 Konstruk Penelitian.....	50
Gambar 7 Struktur Organisasi	65
Gambar 8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Gambar 9 Profil Responden Berdasarkan Lama Mengenal Ace Hardware Bogor	69
Gambar 10 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 11 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Gambar 12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Image</i>	75
Gambar 13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Intention</i>	76
Gambar 14 Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Intention</i>	77
Gambar 15 Full Model 1	78

Gambar 16 Full Model 2.....	79
-----------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	100
LAMPIRAN 2 Jawaban Kuesioner.....	105
LAMPIRAN 3 Hasil Analisis Deskriptif	142
LAMPIRAN 4 Analisis Faktor Confirmatori (CFA).....	150
LAMPIRAN 5 Pengujian Struktur Full Model.....	189
LAMPIRAN 6 Hasil Evaluasi Model Tabel Outlier.....	211
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Normalitas Dan Bootstrap	222
LAMPIRAN 8 Hasil Analisi Deskriptif Cross Tab	226