

**PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL IMAGE* SERTA  
*PERCEVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK  
GIANT KOTA SAMARINDA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

**Ahmad Risqi Fauzi**

**17111024310181**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
2021**

***Pengaruh Store Image Dan Private Label Image Serta Perceived Quality  
Terhadap Purchase Intention Produk Giant Kota Samarinda***

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

**Ahmad Risqi Fauzi**

**17111024310181**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL IMAGE* SERTA  
*PERCEVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK  
GIANT KOTA SAMARINDA**

Oleh:

**Ahmad Risqi Fauzi**

**17111024310181**

Samarinda, Juli 2021

Telah disetujui oleh:  
Pembimbing



**Dewi Sartika, S.ST., MM**  
**NIDN. 1124129401**

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PENGARUH *STORE IMAGE* DAN *PRIVATE LABEL IMAGE* SERTA *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *PRIVATE LABEL GIANT* DI KOTA SAMARINDA

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ahmad Risqi Fauzi

NIM : 17111024310181

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 06/07/2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji:

Penguji I : Dewi Sartika, S. ST., MM.

(  )

Penguji II : Marsha Anindita, S.E, M.S.M.

(  )

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Politik

(Prof. Dr. H. Muhammad Wahyuddin, M.S )  
NIDN. 0604075802

Ketua

Program Studi Manajemen

(Irwani Susila, S.E., M.Si., Ph.D)  
NIDN. 0620107201

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Risqi Fauzi  
NIM : 17111024310181  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [ahmadrisqifauzi@gmail.com](mailto:ahmadrisqifauzi@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penilaian ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Ahmad Risqi Fauzi  
Nim: 17111024310181

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh yang terjadi antara *Store Image*, *Private Label Image* dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention*. Adapun penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode penelitian survey, dimana teknik pengambilan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data menggunakan *google form*, kemudian dibagikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan oleh penulis. Responden dari penelitian ini sebanyak 96 responden. Kemudian Data sekunder yang diperoleh dari studi literature digunakan sebagai penguat data primer. Data yang dikumpulkan kemudian akan dianalisis menggunakan bantuan *software* SmartPLS yang dioperasikan melalui komputer. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa besaran dari nilai T-statistic *private label image* (2,024 (>1,96)), *perceived quality* (6,677 (>1,96)), dan *store image* (2,264 (>1,96)) yang artinya berpengaruh positif terhadap *purchase intention* produk *private label* Giant. Kemudian, variable *store image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *private label* (6,367 (>1,96)) dan *perceived quality* (8,561 (>1,96)).

**Kata Kunci :** Pengaruh, *Store Image*, *Perceived Quality*, *Private Label*, *Purchase Intention*.

### ***Abstract***

*This study purpose to explain the causal influence between the Store Image, Private Label Image, and Perceived Quality toward Purchase Intention. This research is a descriptive quantitative research with survey research methods, where the sampling technique is from a population and uses a questionnaire as a means of collecting data. The questionnaire is distributed online using google form, then distributed to respondents according to the sample criteria that have been determined by the author. Respondents of this study were 96 respondents. Then secondary data obtained from literature studies used as primary data amplifier. The data collected will then be analyzed using statistical software SmartPLS operated through computer. The results showed that the amount of the value of the T-statistic private label image (2,024 (>1,96)), perceived quality 6,677 (>1,96), and store image (2.264 (> 1.96)) which means it has a positive effect on purchase Giant's private label product intention. Then, the variable store image has an effect positive and significant on private label (6.367 (> 1.96)) and perceived quality (8.561 (>1.96)).*

***Keyword*** : *Influenced, Store Image, Perceived Quality, Private Label, Purchase Intention*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim. Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul "**Pengaruh *Store Image* Dan *Private Label Image* Serta *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Intention* Produk Giant Kota Samarinda**" ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Teriring do'a sholat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti.

Dan semoga tumpahan do'a sholat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Prof. Dr. H. Bambang Setiaji.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Prof. Dr. Muhammad Wahyuddin.
3. Ketua Program Studi Mursidah Nurfadilah S.E., MM.
4. Ibu Pembimbing Dewi Sartika, S. ST., MM.
5. Ibu Penguji Marsha Anindita, S.E, M.S.M.



6. Rekan-rekan penulis dan pihak yang mendukung, membantu pelaksanaan penelitian, Muhammad Yusuf Syahbana, Tasya Ari Pramesty, dan Ilham Yusuf.
7. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada kedua orang tua saya yaitu Mama dan terutama Alm. Bapak saya Kamran Bin Samad, dan Hasni yang selalu memberikan support dan semangat, serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, do'a dan kasih sayang sehingga penulis memiliki motivasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih. Billahittaufiq Wal Hidayah.

Samarinda Juni 2021



Ahmad Risqi Fauzi

## DAFTAR ISI

<u>ABSTRAK</u> .....	iii
<u>ABSTRACT</u> .....	iii
<u>DAFTAR ISI</u> .....	iv
<u>DAFTAR GAMBAR</u> .....	vi
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	vii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u> .....	viii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. <u>Latar Belakang Masalah</u> .....	1
B. <u>Rumusan Masalah</u> .....	6
C. <u>Tujuan Penelitian</u> .....	7
D. <u>Manfaat Penelitian</u> .....	7

### **BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

A. <u>Penelitian Terdahulu</u> .....	9
B. <u>Teori dan Kajian Pustaka</u> .....	13
C. <u>Kerangka konseptual</u> .....	21
D. <u>Pengembangan Hipotesis</u> .....	21

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. <u>Jenis Penelitian</u> .....	27
B. <u>Populasi dan Teknik Penentuan Sampel</u> .....	27
C. <u>Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel</u> .....	28

D. <u>Sumber Data Penelitian</u> .....	32
E. <u>Teknik Pengumpulan Data</u> .....	32
F. <u>Teknik Analisis Data</u> .....	34

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. <u>Gambaran Umum Objek Penelitian</u> .....	39
B. <u>Uji Instrumen Data</u> .....	47
C. <u>Skema Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)</u> .....	49
1. <u>Model Pengukuran atau Outer Model</u> .....	50
2. <u><i>Average Variance Extracted</i> (AVE)</u> .....	53
3. <u>Model Struktural atau Inner Model</u> .....	55
a) <u>Uji Goodness- Fit Model</u> .....	55
b) <u>Uji Hipotesis</u> .....	56
D. <u>Pembahasan Hasil Penelitian</u> .....	59

#### **BAB V PENUTUP**

A. <u>KESIMPULAN</u> .....	64
B. <u>SARAN</u> .....	65

<b><u>DAFTAR PUSTAKA</u></b> .....	<b>67</b>
------------------------------------	-----------

<b><u>LAMPIRAN</u></b> .....	<b>72</b>
------------------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Giant Ekstra di Alaya.....	2
Gambar 1.2 Giant di Mall Mesra Indah .....	2
Gambar 2 Kerangka Konsep .....	21
<u>Gambar 4 1 Model Struktural</u> .....	50
<u>Gambar 4 2 Model Hubungan Antar Variabel</u> .....	57

## DAFTAR TABEL

<u>Table 1 Produk Private Label Giant</u> .....	3
<u>Tabel 3 1 Pengukuran Variabel</u> .....	29
<u>Tabel 3 2 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS</u> .....	36
<u>Tabel 4 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u> .....	41
<u>Tabel 4 2 Data Responden Berdasarkan Usia</u> .....	42
<u>Tabel 4 3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan</u> .....	43
<u>Tabel 4 4 Data Responden Berdasarkan frekuensi pembelian produk <i>Private Label</i> 1 tahun</u> .....	44
<u>Tabel 4 5 Persentase Tanggapan Responden Variabel <i>Store Image</i></u> .....	45
<u>Tabel 4 6 Persentase Tanggapan Responden Variabel <i>Private Label Image</i></u> .....	45
<u>Tabel 4 7 Persentase Tanggapan Responden Variabel <i>Perceived Quality</i></u> .....	46
<u>Tabel 4 8 Persentase Tanggapan Responden Variabel <i>Purchase Intention</i></u> .....	47
<u>Tabel 4 9 Uji Validitas SPSS</u> .....	48
<u>Tabel 4 10 Uji Reliabilitas SPSS</u> .....	49
<u>Tabel 4 11 Hasil <i>Loading Factor</i></u> .....	50
<u>Tabel 4 12 Hasil <i>Outer Loading</i></u> .....	52
<u>Tabel 4 13 Hasil <i>Cross Loading</i></u> .....	52
<u>Tabel 4 14 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i></u> .....	53
<u>Tabel 4 15 Hasil <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i></u> .....	54
<u>Tabel 4 16 Hasil <i>R-Square</i></u> .....	55
<u>Tabel 4 17 Hasil Uji Hipotesis</u> .....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Identitas Responden

Lampiran 3: Kuesioner Online Google Form

Lampiran 4: Uji Reabilitas dan Validitas

Lampiran 5: Presentase Data Responden

Lampiran 6: Hasil Pengujian PLS