



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

PENGARUH KUALITAS PRODUK YANG DIRASAKAN, HARGA RELATIF DAN RISIKO TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEMAUAN UNTUK MEMBELI PADA PELANGGAN PRIVATE LABEL INDOMARET KOTA BANDA ACEH

ABSTRACT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas produk yang dirasakan, harga relatif dan risiko terhadap nilai pelanggan dan dampaknya terhadap kemauan untuk membeli pada pelanggan private label Indomaret kota Banda Aceh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli pada Swalayan Indomaret berusia antara 21 sampai 60 tahun yang berjumlah 120 responden. Peralatan pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Hierarchical Linear Modelling (HLM) digunakan sebagai metode analisis untuk mengetahui pengaruh dari semua variabel-variabel yang terlibat. Berdasarkan hasil analisis HLM, mengindikasikan bahwa nilai produk yang dirasakan berpengaruh terhadap kemauan untuk membeli, nilai produk yang dirasakan memediasi secara parsial pengaruh kualitas produk yang dirasakan, harga relatif yang dirasakan, dan resiko yang dirasakan terhadap kemauan untuk membeli, harga relatif yang dirasakan, kualitas produk yang dirasakan, dan resiko yang dirasakan mempengaruhi nilai produk yang dirasakan, harga relatif yang dirasakan mempengaruhi kualitas produk yang dirasakan, kualitas produk yang dirasakan tidak memediasi pengaruh harga relatif yang dirasakan terhadap nilai produk yang dirasakan, kualitas produk yang dirasakan mempengaruhi resiko yang dirasakan, dan juga resiko yang dirasakan memediasi pengaruh kualitas produk yang dirasa terhadap nilai produk yang dirasakan.

Kata Kunci: Kualitas Produk Yang Dirasakan, Harga Relatif Yang Dirasakan, Resiko Yang Dirasakan, Nilai Produk Yang Dirasakan, Kemauan Untuk Membeli, Hierarchical Linear Modelling

â€f

ABSTRACT

This study aims to measure the effect of perceived product quality, relative prices and risks on customer value and its impact on the willingness to buy at Indomaret private label customers in Banda Aceh. The sample used in this study were people who had bought at Indomaret Supermarkets aged between 21 and 60 years, totaling 120 respondents. Data collection equipment used in this study is a questionnaire. The sampling technique used was purposive sampling. The sampling technique used was purposive sampling. Hierarchical Linear Modeling (HLM) is used as an analytical method to determine the effect of all variables involved. Based on the results of HLM analysis, indicates that the perceived value of the product affects the willingness to buy, perceived product value mediates partially the effect of perceived product quality, perceived relative price, and perceived risk of willingness to buy, perceived relative prices, perceived product quality, and perceived risks affect perceived product value, the relative prices that are felt affect the perceived product quality, product quality that does not mediate the effect of prices relative to perceived product value, perceived product quality affects perceived risk, and also the perceived risk mediates the effect of perceived product quality on perceived product value

Keywords: Perceived Product Quality, Relative Price, Risk, Perceived Value, Willingnes to Buy, Hierarchical Linear Modellingâ€f