

ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN RESIKO PRODUK *PRIVATE LABEL* DAN PRODUK *NON PRIVATE LABEL* PADA CARREFOUR MOJOKERTO

ABSTRAKSI

Oleh:
Mochammad Nurchozim

Dosen Pembimbing
Indra Kurniawan, S.Sos, MM

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui dan menjelaskan perbedaan yang signifikan persepsi konsumen tentang produk private label carrefour dan produk non private label dari sisi kualitas di Carrefour Mojokerto 2) Untuk mengetahui dan menjelaskan perbedaan yang signifikan persepsi konsumen tentang produk private label carrefour dan produk non private label dari sisi harga di Carrefour Mojokerto dan 3) Untuk mengetahui dan menjelaskan perbedaan yang signifikan persepsi konsumen tentang produk private label carrefour dan produk non private label dari sisi resiko di Carrefour Mojokerto. Penelitian termasuk penelitian kuantitatif dengan pendekatan komperatif. Analisis kuantitatif adalah analisis data yang menggunakan data berbentuk angka-angka yang diperoleh sebagai hasil pengukuran atau penjumlahan (Nurgiyantoro dkk, 2004). Berdasarkan hasil penelitian bahwa 1) Tidak terdapat perbedaaan produk *private label carrefour* dengan produk *non private label* dari sisi kualitas. 2) Terdapat perbedaaan produk *private label carrefour* dengan produk *non private label* dari sisi harga. Dan 3) Tidak terdapat perbedaaan produk *private label carrefour* dengan produk *non private label* dari sisi resiko

Kata Kunci: persepsi, konsumen, produk, *private label*, dan *non private label*

ANALYSIS OF PERCEPTION DIFFERENCES PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE PRIVATE LABEL AND NON PRIVATE LABEL ON INDOMARET IN SUB DISTRICT JOMBANG

ABSTRACT

By:
SRI RAHAYU

Advisor
Erminati P, ST, MSM

This study aims 1) To explain and analyze the difference of consumer perception on the quality of private label product with Indomaret non private label product in Jombang district and 2) To explain and analyze the difference of consumer perception toward private label brand image with Indomaret non private label product in Jombang sub district. Research includes quantitative research with a comparative approach. Quantitative analysis is the analysis of data using data in the form of numbers obtained as a result of measurement or addition (Nurgiyantoro et al, 2004). Based on result of research that 1) There is difference of perception of quality of Indomaret private label product with non private label product and 2) There is difference of perception of brand image of Indomaret private label product with non private label product

Keywords: perception, consumer, product quality, brand image, private label, non private label product