

## ABSTRAK

Dwi Sulistiyawati Ningsih, 2021, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Private Label Indomaret (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Plus Jl. Jokotole No. 22 Kabupaten Pamekasan)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Pembimbing: Ira Hasti Priyadi, MA.

**Kata Kunci: Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian, Produk *Private Label***

Salah satu strategi pengusaha ritel modern untuk meningkatkan penjualan adalah melalui produk private label (*product private label*). *Private label* menjadi salah satu strategi utama yang digunakan pengusaha ritel untuk menarik konsumen. PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang ritel modern (minimarket Indomaret) yang mengembangkan *private label* sebagai salah satu strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di sektor ritel. Sebagai salah satu ritel yang memiliki produk *private label*, Indomaret menawarkan berbagai jenis produk dengan harga murah, namun kualitasnya mampu bersaing dengan produk *private label* lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat empat permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama* apakah variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *private label* di Indomaret Plus Jl. Jokotole No. 22 Kabupaten Pamekasan, *kedua* apakah variabel persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *private label* di Indomaret Plus Jl. Jokotole No. 22 Kabupaten Pamekasan, *ketiga* apakah variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *private label* di Indomaret Plus Jl. Jokotole No. 22 Kabupaten Pamekasan, dan *keempat* apakah variabel persepsi harga, kualitas produk, dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *private label* di Indomaret Plus Jl. Jokotole No. 22 Kabupaten Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif. Sumber data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk *private label* Indomaret Plus Kabupaten Pamekasan. Sampel yang digunakan berjumlah 96 responden yang ditentukan menggunakan metode *Sampling Insidental*. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh signifikan, sedangkan variabel persepsi kualitas produk dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan variabel persepsi harga, persepsi kualitas produk dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *private label* Indomaret Plus Jl. Jokotole No. 22 Kabupaten Pamekasan.