

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh citra toko, *product signatureness*, serta penghindaran resiko terhadap persepsi kualitas produk *private label* di Matahari dan Ramayana *Department Store*. Sampel yang digunakan adalah sejumlah 200 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang pernah mengunjungi kedua *department store* tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah MRA (*Moderated Regression Analysis*) atau analisis regresi berganda karena terdapat efek interaksi di tiap variabel penelitian. Variabel citra toko dan *product signatureness* ditempatkan sebagai variabel bebas, penghindaran resiko sebagai variabel moderator, serta persepsi kualitas produk *private label* sebagai variabel tergantung. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara citra toko, interaksi antara citra toko dan *product signatureness*, serta citra toko yang dimoderasi oleh penghindaran resiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kualitas produk *private label*. *Product signatureness* sendiri tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas produk *private label*.

Kata kunci : citra toko, *product signatureness*, penghindaran resiko, persepsi kualitas, *private label*