

ABSTRAK

Bisnis ritel Indonesia semakin mengalami peningkatan pertumbuhan dan perkembangan dari tahun ke tahun, sehingga menyebabkan persaingan bisnis ritel menjadi semakin ketat. Salah satu cara pemasar untuk dapat mempertahankan pelanggan adalah dengan menciptakan *private label brand*. Biasanya, *private label brand* suatu minimarket merupakan produk-produk kebutuhan rumah tangga dengan masa penggunaan beberapa tahun. Namun, yang menjadi topik menarik adalah hadirnya *private label brand* baru dari Indomaret yaitu roti *fresh* dengan merek Say Bread.

Penelitian ini melibatkan 200 orang responden yang didapat melalui pengisian kuesioner *online* dan *offline*. Responden penelitian merupakan konsumen di toko ritel Indomaret yang mengetahui adanya roti Say Bread, namun belum pernah membelinya. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah dibuat. Hasil dari penelitian ini adalah *store image* memiliki pengaruh positif terhadap *PLB image*. *Consumer innovativeness* memiliki pengaruh positif terhadap *PLB attitude*. *PLB image* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived risk*. *Perceived risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *purchase intention*. Selain itu, *store image*, *PLB image*, *PLB attitude*, dan *price consciousness* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention*.

kata kunci: *store image*, *private label brand image*, *perceived risk*, *private label brand attitude*, *consumer innovativeness*, *price consciousness* *purchase intention*.