



## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk berlabel privat. Penelitian dilakukan dengan objek tisu berlabel privat Indomaret di Yogyakarta dengan responden berjumlah 240 responden.

Hasil yang ditunjukkan dari penelitian yang sudah dilakukan terdapat adanya hubungan yang signifikan antara kesadaran harga dan kesadaran merek dengan keputusan pembelian produk berlabel privat. Kesadaran harga memiliki pengaruh yang positif pada pembelian produk berlabel privat. Sedangkan kesadaran merek memiliki pengaruh yang negatif pada pembelian produk berlabel privat. Hasil penelitian menunjukkan juga kesadaran kualitas, kesadaran nilai, dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian produk berlabel privat.

Keywords: Indonesia, Perilaku konsumen, Keputusan pembelian konsumen, Produk nasional, Produk berlabel privat



## ABSTRACT

This study was conducted to determine the factors - factors that influence consumer decision in purchasing private label products. The study was conducted with the object of tissue private label from Indomaret in Yogyakarta with the respondent amounted to 240 respondents.

Results directed from studies that have been done there is a significant correlation between price consciousness and brand consciousness with private labeled product purchasing decisions. Price consciousness have a positive influence on the purchase of private label products. While brand consciousness has a negative influence on the purchase of private label products. The results show also quality consciousness, value consciousness and risk perception has no significant effect on the purchasing decisions of private label products.

Keywords: Indonesia, consumer behavior, consumer purchasing decisions, National brands, Private label brands