

ABSTRAK

Keberadaan produk dengan *private label* dalam industry *retail* semakin meningkat. Banyak produk dengan sebuah *label* yang secara *exclusive* tersedia dari peritel tertentu yang diperkenalkan selama beberapa tahun belakangan ini, dengan berbagai tingkat kesuksesan. Pada umumnya, merek *private label* tersedia dalam berbagai kategori produk seperti garam, gula, toiletries, atau kebutuhan sehari-hari. Untuk para peritel yang menawarkan *private label*, produk yang ditawarkan tersebut memiliki tingkat keuntungan margin yang sangat tinggi. Kualitas produk *private label* sangat mempengaruhi *image* dari sebuah retailer. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk *private label* merupakan elemen yang cukup penting dari strategi pemasaran *retail*. Konsumen akan membayar harga premium untuk barang-barang yang berkualitas tinggi sebaliknya konsumen tidak akan menghabiskan uang yang dimilikinya apabila barang yang dijual memiliki kualitas yang rendah.

Kata Kunci :Merek, Ritel, Konsumen

ABSTRACT

The existence of private of product with a label in retail industry has escalated .Many products with a label that is exclusive available from certain retailers introduced during some lahun lately , with a wide range of success level of .In general , private label brand available in various categories of products such as salt , sugar , toiletries , or their daily needs . To retailers who offers private label , the product offered have the rate of profit margin which is very high . The product quality private label intensely affecting image from a retailing . Consumer perceptions on the quality of private label products is an element that has a significant of retail marketing strategies . The consumer will be paying a premium for goods that are of high quality on the other hand consumers would not spend money they have been given if goods sold having the quality of being rendahkeberadaan of product with a label in private retail industry.

Keyword :Merk, Retail, Customer