

ABSTRAK

Di tengah gencarnya upaya diversifikasi antar perusahaan ritel di Indonesia, strategi pengembangan merek *private label* semakin menjadi sorotan. Super Indo sebagai sebuah perusahaan ritel yang memiliki jumlah gerai terbanyak di Indonesia dalam kategori supermarket telah mengambil langkah untuk menghadirkan berbagai produk *private label* berkualitas, salah satunya Bio Organik. Penelitian terdahulu menemukan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara transfer kepercayaan, kewajaran harga, nilai yang dirasakan, dan loyalitas merek. Namun, penelitian tersebut memiliki celah penelitian karena tidak terfokus pada merek makanan *private label* tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transfer kepercayaan, keadilan harga, nilai yang dirasakan terhadap loyalitas merek sekaligus mengisi kesenjangan penelitian dengan berfokus pada konsumen merek *private label* Bio Organik Super Indo.

Penelitian ini menggunakan teori transfer kepercayaan dan teori ekuitas sebagai landasan teoritis untuk memberikan wawasan baru mengenai anteseden loyalitas merek *private label*. Pengambilan data dilakukan dengan mengumpulkan jawaban dari 100 orang responden yang pernah membeli produk Bio Organik Super Indo. Data dianalisis dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dan menggunakan program *Analysis Moment of Structural* (AMOS) versi 22.

Temuan dari penelitian ini mengkonfirmasi adanya transfer kepercayaan antara toko ritel dan merek *private label*nya. Hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan toko dan kepercayaan terhadap merek *private label* berpengaruh positif terhadap keadilan harga dan, pada gilirannya, mampu menghasilkan nilai yang dirasakan yang lebih tinggi. Nilai yang dirasakan juga ditemukan mempengaruhi loyalitas merek *private label*. Hasil penelitian dapat membantu perusahaan ritel untuk mengembangkan strategi pemasaran merek *private label* yang lebih sukses.

Kata Kunci: *Retail Store Trust, Trust in Private label, Brand Loyalty, Equity Theory, Trust Transfer Theory*