

PENGARUH EVALUASI ATRIBUT MEREK TERHADAP PERILAKU REKOMENDASI RITEL SERTA PRIORITAS PERBAIKANNYA: STUDI PADA BRAND X

APTA RADITYA RABBANI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Evaluasi Atribut Merek terhadap Perilaku Rekomendasi Ritel serta Prioritas Perbaikannya: Studi pada Brand X” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Apta Raditya Rabbani
K1401221153

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

APTA RADITYA RABBANI. Pengaruh Evaluasi Atribut Merek terhadap Perilaku Rekomendasi Ritel serta Prioritas Perbaikannya: Studi pada Brand X. Dibimbing oleh RADEN DIKKY INDRAWAN.

Perilaku rekomendasi ritel merupakan faktor kritis dalam penetrasi pasar produk baru, khususnya pada kategori teknologi yang belum familiar di kalangan konsumen. Penelitian ini menganalisis pengaruh evaluasi ritel terhadap Brand X, aki motor lithium berbasis LiFePO₄, terhadap perilaku rekomendasi mereka, serta mengidentifikasi prioritas perbaikan atribut berdasarkan kesenjangan kepentingan dan kinerja. Data dari 64 mitra ritel di Pulau Jawa dianalisis menggunakan regresi OLS dan IPA. Hasil menunjukkan bahwa *economic utility*, *risk reduction*, dan *Relationship & channel support* positif signifikan, sedangkan *ease of selling* menunjukkan koefisien negatif signifikan. Model menjelaskan 69,5% variasi perilaku rekomendasi ($R^2=0,695$). IPA mengidentifikasi keyakinan kualitas dan risiko reputasi outlet sebagai atribut prioritas utama. Temuan ini mengimplikasikan bahwa strategi penguatan rekomendasi Brand X perlu berfokus pada pengurangan risiko, pembuktian kualitas produk, dan konsistensi dukungan channel distribusi.

Kata kunci: *aftermarket* otomotif, evaluasi atribut merek, importance-performance analysis, perilaku rekomendasi, saluran distribusi

ABSTRACT

APTA RADITYA RABBANI. The Influence of Brand Attribute Evaluation on Retailers' Recommendation Behavior and Priorities for Improvement: A Study of Brand X. Supervised by RADEN DIKKY INDRAWAN.

Retailer recommendation behavior is a critical factor in new product market penetration, particularly in technology categories unfamiliar to consumers. This study analyzes the influence of retailer evaluations of Brand X, a LiFePO₄-based lithium motorcycle battery, on recommendation behavior, while identifying attribute improvement priorities through importance-performance gap analysis. Data from 64 retailer partners in Java were analyzed using OLS regression and Modified IPA. Results indicate that economic utility, risk reduction, and Relationship & channel support have significant positive effects, whereas ease of selling shows a significant negative coefficient. The model explains 69.5% of variance in recommendation behavior ($R^2=0.695$). Modified IPA identifies perceived quality worthiness and outlet reputation risk as the two primary priority attributes. These findings suggest that Brand X should focus its recommendation-strengthening strategy on risk reduction, product quality demonstration, and distribution channel support consistency.

Keywords: aftermarket automotive, brand attribute evaluation, distribution channel, importance-performance analysis, recommendation behavior



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH EVALUASI ATRIBUT MEREK TERHADAP PERILAKU REKOMENDASI RITEL SERTA PRIORITAS PERBAIKANNYA: STUDI PADA BRAND X

APTA RADITYA RABBANI

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si.
- 2 Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Judul Skripsi : Pengaruh Evaluasi Atribut Merek terhadap Perilaku Rekomendasi Ritel serta Prioritas Perbaikannya: Studi pada Brand X

Nama : Apta Raditya
NIM : K1401221153

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Raden Dikky Indrawan S.P., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc
NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian:
Sabtu, 10 Juli 2026

Tanggal Lulus:
(tanggal penandatanganan oleh Dekan
Fakultas/Sekolah ...)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai bulan Mei 2026 ini ialah “Pengaruh Evaluasi Atribut Merek terhadap Perilaku Rekomendasi Ritel serta Prioritas Perbaikannya: Studi pada Brand X”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Dr. Raden Dikky Indrawan, S.P., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Chrysna Yulianawati S.M., M.M. dan Ir. Sulianto Thiodorus yang telah amat membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Ayahanda dan Ibunda penulis, juga teman-teman Enzavion yang kian mendukung, serta seluruh yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Apta Raditya Rabbani

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Saluran Pemasaran dan Peran Ritel dalam Distribusi	5
2.2 Perilaku Rekomendasi Ritel	5
2.3 Adaptasi Pendekatan Resource Allocation dalam Penentuan Dimensi Evaluasi Ritel	6
2.3.1 Economic Utility	6
2.3.2 Ease of Selling	7
2.3.3 Risk Reduction	8
2.3.4 Relationship & Channel Support	8
2.4 IPA Modified Importance-Performance Analysis	9
2.5 Kerangka Penelitian	10
2.6 Hipotesis	12
III METODE	13
3.1 Waktu dan Tempat	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.3 Jumlah dan Metode Penarikan Sampel	13
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	15
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	17
3.5.1 Analisis Deskriptif	17
3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	17
3.5.3 Regresi dengan Metode <i>Ordinary Least Square</i> (OLS)	18
3.5.4 Importance Performance Analysis (IPA)	19
3.5.5 Perumusan Rekomendasi Kegiatan	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Ritel	23
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	24
4.3 Pengaruh Kinerja Brand X terhadap Upaya Rekomendasi	25
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	25
4.3.2 Hasil Model Regresi OLS	26

4.3.3	Pembahasan Pengaruh Masing-masing Dimensi	28
4.4	Prioritas Perbaikan Atribut Brand X berdasarkan Modified IPA	30
4.4.1	Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut Brand X	30
4.4.2	Pemetaan Atribut dalam Diagram Kartesius Brand X	31
4.4.3	Interpretasi Prioritas Perbaikan Atribut	32
4.5	Pendalaman Deskriptif Melalui Tabulasi Silang	34
4.5.1	Kategorisasi Variabel	34
4.5.2	Tabulasi Silang terhadap Recommendation Behavior	35
4.5.3	Tabulasi Silang terhadap Dimensi Evaluasi Brand X	35
4.5.4	Eksplorasi Importance-Performance Gap per Kelompok	36
4.6	Integrasi Hasil Regresi dan IPA	37
4.6.1	Pembacaan Integrasi per Dimensi	37
4.6.2	Prioritas Strategis Brand X	41
4.7	Perumusan Rekomendasi untuk Brand X	41
V	SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Simpulan	48
5.2	Saran	48
	DAFTAR PUSTAKA	50
	LAMPIRAN	54
	RIWAYAT HIDUP	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Alokasi Sampel per Area Distribusi	15
2	Blok Pengukuran	16
3	Definisi Operasional	16
4	Definisi Operasional IPA	17
5	Fungsi dari tiap analisis	21
6	Distribusi Ritel Berdasarkan Area	23
7	Distribusi Tipe Outlet per Area	23
8	Distribusi Lama Bermitra per Area	24
9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	24
10	Hasil Uji Multikolinearitas	25
11	Ringkasan Model Regresi OLS	26
12	Korelasi Pearson antar Variabel Independen dan Y	27
13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	27
14	Ringkasan Keputusan Hipotesis	28
15	Daerah x Recommendation Behavior	35
16	Strategi Rekomendasi	42
17	Kegiatan Pembuktian Kualitas	44
18	Kegiatan Penanganan Risiko	45
19	Kegiatan Dukungan Promosi	46
20	Kegiatan Audit dan Intervensi Jawa Tengah	47

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka penelitian	11
2	Diagram Kartesius IPA	20
3	Diagram Kartesius Modified IPA Atribut Brand X	32

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil Analisis IPA tiap atribut	55
2	Ringkasan Penempatan Atribut per Kuadran IPA	56
3	Tabulasi Silang Daerah X Dimensi Evaluasi Brand X	57
4	Tabulasi Silang Tipe Outlet X Dimensi Evaluasi Brand X	57
5	Tabulasi Silang Lama Bekerja sama X Dimensi Evaluasi Brand X	57
6	Tabulasi Silang Atribut IPA X Daerah	58