

ABSTRAK

Superindo adalah supermarket di Indonesia. Supermarket ini sudah berkembang sejak tahun 1997. *Supermarket* ini sudah berkembang sejak tahun 1997. Hingga Juli 2020, Superindo sudah memiliki 183 termasuk 6 gerai waralaba yaitu Superindo *Express*. Gerai Superindo tersebar di kota-kota besar di Pulau Jawa dan Sumatera bagian selatan. *Private label* merupakan merek internal dari suatu perusahaan yang diciptakan untuk meningkatkan penjualan produk dan dapat bersaing dengan produk komersil nasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon konsumen terhadap produk *private label* Superindo cabang Metro Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil dari penelitian ini adalah respon konsumen terhadap produk *private label* Superindo memperoleh hasil yang baik dan respon yang positif dari konsumen.

Kata kunci: *Private Label*, Respon Konsumen, Superindo