

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bambang Supomo, dan Indriantoro, Nur. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Bilson, Simamora. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Engel, James F. Roger D. Blackwell dan Paul W Miniard. 2006. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Bidi Janto. Jakarta Barat: Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Undip
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip
- Hair J.F. et.al. 1995. *Multivariate Data Analysis With Reading*. Edisi keempat. New Jersey: Prentice Hall
- Keegan, W, J. 1997. *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi
- Keller, Kevin L. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Edisi ketiga. New Jersey: Prentice Hall Internasional Inc
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga
- Mahruzar. 2001. *Marketing Masa Kini*. Jakarta: Djambatan
- Peter, J Paul & Jerry C Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat
- Sangadji, E, M & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Tujuh. Jakarta: PT. Indeks
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall. Jakarta
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: PT Indeks
- Schiffman, Leon & Kanuk, Lazar Leslie. 2009. *Perilaku konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Indeks
- Sugiyono. 1999. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfa Beta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Solomon, M.R. 2007. *Consumer Behaviour: Buying Having, and Being Sixth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Tjiptono, F & A. Diana. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI
- Utami, Widya Cristina. 2006. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat

- Amaliyah, Ulil. 2019 & Marlien, R. A. Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu di Semarang). *Undergraduate thesis*, Universitas Stikubank
- Anugrah, H.G. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Dan Promosi Penjualan Terhadap Niat Beli Pasta Gigi *Ciptadent* Di Surabaya (*Doctoral dissertation*, STIE PERBANAS SURABAYA)
- Cahyarani, I. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(3), 294-301
- Dinawan, M. Rhendria. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT. Harpindo Jaya Semarang). *Masters thesis*. UNIVERSITAS DIPONEGORO
- Dwipayani, N. M., & Rahyuda, I. K. 2016. Pengaruh sikap dan fashion leadership terhadap niat beli online remaja di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(6)
- Eka Febrian, D. H. A. N. I. 2018. Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga Dan Sikap Terhadap Niat Beli Produk Private Label Merek “Giant”(Studi Pada Pengunjung Hypermarket Giant Maspion Square Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Universitas Negeri Surabaya*, 6(1)
- Faryabi, Mohammad dkk. 2012. The Effect of Price Potongans and Store Image on Consumer’s Purchase Intention in Online Shopping Context. Case study: Nokia and HTC. *Journal of Business Studies Quarterly* Vol 4, pp 197-205
- Jafaar, Siti Nurafifah, Pan Ein Lalp, and Mohaini Mohamed. 2012. Consumers Persepstions, Attitudes and Purchase Intention towards Private Label Food Products in Malaysia. *Asia Journal od Bsiness and Management Sciences* Vol.2No.8 : 74-7. ISSN: 2047-2528
- Janiszewski, C, and Cunha. 2004. The Influence of Price Discount Framing on The Evaluation of a Product Bundle. *Journal of Consumer Research*
- Kriswianti, L. 2017. Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Produk Pelembut Dan Pewangi Pakaian Merek Softener So Klin Twilight Sensation Series di Surabaya Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Universitas Negeri Surabaya*, 5(3)
- Lee, Dongdae & Michael R. Hyman. 2008. Hedonic/Functional Congruity Between Stores and Private Label Brands. *Journal Of Marketing Theory and Practice*, 16

- Mackenzie, Scott B & Richard A Spreng. 1992. How Does Motivation Moderate The Impact Of Central And Peripheral Processing On Brand Attitude And Intentions. *Journal of Consumer Research*. Vol 18
- Mandasari, R. N. P. N., & Nurcaya, I. N. 2012. Pengaruh Sikap Konsumen dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mobil Toyota Agya di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(11)
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. 2008. The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food. *International journal of consumer studies*, 32(2), 163-170
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. 2015. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8)
- Oetama, S., & Muslimah, A. M. 2017. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Produk *Fashion* Secara Online Di Kota Sampit. *Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sampit*, 2(2)
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan L.L., Berry. 1998. SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailin*
- Purba, J.S. 2012. Analisis Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen terhadap Minat Beli Produk Private Label Hypermarket Carefour di Kota Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
- Putriansari, F. P. 2019. Pengaruh persepsi kualitas, sikap merek, dan preferensi merek terhadap niat pembelian pada minuman susu frisian flag di Surabaya. *Journal of Business and Banking STIE Perbanas Surabaya*, 8(2)
- Roddy, G., Cowan, C. A., & Hutchinson, G. 1996. Consumer attitudes and behaviour to organic foods in Ireland. *Journal of International Consumer Marketing*, 9(2), 41-63
- Siahaan, Mardongan. 2011. Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen terhadap Perilaku Pembelian Private Label Carrefour Plaza Medan Fair. (Skripsi). Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara. Medan
- Sigit, M. 2006. Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up. *Jurnal Siasat Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, 11(1)

Soliha, Euis. 2008. Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE) Universitas Stikubank Semarang*. Vol. 15, No.2

Suarjana, I. K., & Suprpti, N. W. S. 1930. Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4)

Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. 2005. Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British food journal*.

Yee, J., & San, N. C. 2011. Consumers' perceived quality, perceived value and perceived risk towards purchase decision on automobile. *American Journal of Economics and Business Administration*. Vol 3(1)

<https://www.alfamartku.com/#>

<https://indomaret.co.id/>

<https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/minimarket-fase-2-2019/>

<https://kebumenkab.bps.go.id/>