

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dan Biel. 1993. *Brand Equity and Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brand*.
- Allegro, Natanael Christian. 2015. Private Label: Kajian Persepsi Konsumen Akan Kualitas Dan Value For Money. *Jurnal Studi Manajemen*. Vol.9 No.2.
- Angela, Clarissa Secia. 2016. Analisis Orientasi Nilai Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Santo Antonius Pontianak. *Bisma*, Vol 1, No. 1: 58-67.
- Aulia, Septa Akbar dkk. 2016. A Review: Customer Perceived Value and its Dimension. *Asian Journal of Social Sciences and Management Studies*. Vol.3 No.2: 150-162.
- Azwar, Saifuddin. 2008. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Claudia, Stevi. 2017. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta Pengguna Smartphone Iphone. *Publikasi Ilmiah*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dinawan, M. Rhendria. 2010. Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fahmi, Syaifuddin. 2018. Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kepercayaan terhadap Niat Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce, melalui Sikap sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*. Volume 1, Nomor 1: 86-96.
- Farika, Dika dan Agustina, Ike. 2018. Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Persepsi Harga Waroeng SS. *Naskah Publikasi*. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia.
- Fatmawati A., Nurul dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 10. No. 1.
- Febrian, Dhani Eka. 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*. Volume 6 Nomor 1.

- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Desy dkk. 2010. *Brand Operation*. Jakarta: ESENSI.
- Haryantana, I Putu Gede Handre dan Ekawati, Ni Wayan. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 9: 2806-2830.
- Hellier, Phillip K. dkk. 2003. Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*. Vol. 37 No. 11: 1762-1800.
- Hoeffler, S. and Keller, K.L. 2003. The Marketing Advantages of Strong Brands. *Journal of Brand Management*. Vol. 10, No. 6: 421-445
- Isabella, Libna dan Dewi, Amina Sukma. 2016. Hubungan Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Brand Image, Dan Persepsi Risiko Dengan Minat Beli Private Label. *Fokus Manajerial*. Vol. 14 No. 2 : 115-126
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy coursebook*, Jakarta: Esensi.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Andi Adinda. 2018. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap eksistensi Pasar Tradisionaldi Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Volume 6, Nomor 2: 700-712.
- Malik, Fozia dkk. 2012. The Impact of Price Perception, Service Quality, and Brand Image on Customer Loyalty (Study of Hospitality Industry in Pakistan). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 4 No. 5.
- Nusarika, Luh Alviolita Kusuma dan Purnami, Ni Made. 2015. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara *Online* (Studi pada Produk *Fashion Online* di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8: 2380-2406.
- Peter, Paul J. dan Olson, Jerry C. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.

- Prajnagaja, Soracca Devi. 2015. Dampak Brand Equity Pada Keputusan Pembelian Melalui Brand Preference Konsumen Pada Produk Televisi Merek Sony Di Kota Pekanbaru. *Jom FEKON*. Vol. 2 No. 1.
- Purwanto, Edy dan Wibisono, Aryo. 2019. Pengaruh *Country Of Origin, Word Of Mouth*, Kualitas yang Dipersepsikan Terhadap Niat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol.4, No.3: 365-374.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Restuadi, Yulianta dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Siliwangi Semarang. *Jurnal*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Riyadi, Dimas Bagus. 2015. Pengaruh Persepsi Kualitas, Nilai Yang Dirasa, Kepercayaan Pada Merek Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Kamera Digital Sony Di Kota Sidoarjo. *Artikel Ilmiah*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya.
- Sakti, Aji Seno Putro. 2017. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pengguna, Orientasi Merek, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Pada Bisnis E-Commerce (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Publikasi Ilmiah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santoso, Singgih. 2002. *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS. Versi 11,5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwoko, Endi dan Churiyah, Madziatul. 2007. Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR (*Corporate Social Responsibility*). *Jurnal Ekonomi Modernisasi Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*. Volume 3, Nomor 2.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Afabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

- SWAonline. 2012. <https://swa.co.id/swa/capital-market/corporate/hypermarket-dan-minimarket-makin-kepincut-private-label>
- Sweeney, J.C. and Soutar, G. 2001, Consumer perceived value: the development of multiple item scale, *Journal of Retailing*, Vol. 77.
- Tamaka, Irvandy. 2013. Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Daihatsu Di PT. Astra Internasional Daihatsu Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.1: 1317-1328.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek, Seri Manajemen Merek 01*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Waheed, Nishan. 2016. Influence of Customer Perceived Value on Tourist Satisfaction and Revisit Intention: A study on Guesthouses in Maldives. *International Journal of Accounting & Business Management*. Vol.4 No.1.
- Wibowo, Teguh Edhy. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Air Minum Airogyn di Kabupaten Demak). *Prosiding Seminar Nasional. "Strategi Pengembangan UMKM dan Industri Kreatif Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi Indonesia"*. Fakultas Ekonomi. Universitas Tidar: 30-42.
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wirayanthi, Noverita dan Santoso, Singgih. 2019. Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*. Vol. 2 No. 1: 87-96.
- Yonathan, Michell Suwariyanti dan Sukirno, Ign. 2015. Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Pakaian Nevada (Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal*. Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Yunitasari, Herma dan Yuniawan, Ahyar. 2006. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Volume 3, Nomor 2: 15-28.

Zafar, Qurat Ul Ain dan Rafique, Mahira. 2013. Impact of Celebrity Advertisement on Customers Brand Perception and Purchase Intention. *Asian Journal of Business and Management Sciences*. Vol. 1 No.11: 53-67.