

## DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J. dan H. Samuel. (2014), Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1 hal. 1-10. Surabaya.
- Bhattacharya A. (2013). *Switching Costs and Sustained Competitive Advantage*. International Journal of Business and Management Invention. Vol 2 Iss 9. pp 101-111. Indiana University. United States.
- Bian X. dan Moutinho L. (2008). *The Role of Product Involvement, Knowledge, and Perceptions in Explaining Consumer Purchase Behaviour of Counterfeits: Direct and Indirect Effects*. Research Memorandum.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel., (2001). Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Chi H., Yeh H. Ren., Tsai Y. Ching. (2013). *The Influences of Perceived Value on Consumer Purchase Intention: The Moderating Effect of Advertising Endorser*. Nan Hua University dan Shih Chien University. Taiwan.
- Dwiastuti, Shinta, dan Isaskar. (2012). Ilmu Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama. Malang. Universitas Brawijaya Press.
- Dharmmesta, B.S. (2002). *Theory of Planned Behaviour Dalam Penelitian Sikap, Niat, dan Perilaku Konsumen*. Jurnal Kelola. p.18.
- En-Chi Chang Bo Luan. (2010). *Chinese consumers' perception of hypermarket store image*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 22 Iss 4. pp. 512 – 527.
- Fandy, Tjiptono. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ferdinand. (2006). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson, R.L. Tatham. (2006). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey. Pearson Education, Inc.
- Havinal V. (2009). *Management and Enteurpreunership*. New Delhi: New Age International

- Hidayat A.T., Elita F.M., Setiawan A. (2012). Hubungan antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*. Vol 1 No 1.
- Huang P., Lurie N.H., Mitra S. (2009). *Searching for Experience on the Web: An Empirical Examination of Consumer Behavior for Search and Experience Goods*. *Journal of Marketing*. Vol. 73. pp 55–69.
- Imelda S. Rofi'i., (2014). Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Pengguna Refill Tinta Printer Dataprint di Banjarmasin).
- Indriantoro N. dan Supomo B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi & Manajemen)*. Edisi pertama. Yogyakarta: Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Ikhwanuddin M., Isnani G., dan Kusumajanto D. Djoko. (2012). Pengaruh Persepsi Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Gudang Garam Surya Professional Mild (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2011/2011 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang). *Jurnal Marketing*. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Malang.
- Jaafar S. Nurafifah, Lalp P. Ein, Naba M. Mohamed. (2013). *Consumers' Perceptions, Attitudes and Purchase Intention towards Private Label Food Products in Malaysia*. *Asian Journal of Business and Management Sciences*. Vol. 2 No. 8. pp 73-90.
- Jogiyanto. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (salah kaprak dan pengalaman-pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmirudin. (2013). Analisis Kekuatan Persaingan Bisnis Ritel Modern Di Pekanbaru (Sebagai Suatu Formulasi Strategi Bersaing). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 4 No. 1. Riau.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. 15<sup>th</sup> Ed. Pearson Education, Inc.
- Kotler P. dan Armstrong G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kyoung-Nan Kwon, Mi-Hee Lee, Yoo J. Kwon, (2008). *The effect of perceived product characteristics on private brand purchases*. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 25. pp 105 – 114.

- Long-Yi Lin dan Chun-Shuo Chen. (2006). *The influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: an empirical study of insurance and catering services in Taiwan*. Journal of Consumer Marketing. Vol. 23 Iss 5. pp. 248 – 265.
- Manoj Edward Sunil Sahadev. (2011). *Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. Vol. 23 Iss 3. pp. 327 – 345.
- Miftah, Toha. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Miracle Gordon E. (1965). *Product Characteristic and Marketing Strategy*. Journal of Marketing. Vol 29. pp 18-24.
- Mowen J.C. and Minor M. (1998). *Consumer Behaviour*. p242. Jakarta: Erlangga.
- Nenycz Magda, Romaniuk T. Jenni, (2009). *Perceptual categorization of private labels and national brands*. Journal of Product & Brand Management, Vol. 18. pp. 251 – 261.
- Nitisusastro M. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Pandin, Marina L. (2009). *Potret Bisnis Ritel di Indonesia*. Pasar Modern. *Economic Review*. Maret 2009.
- Rizkalla N. dan Suzanawaty L. (2012). *The Effect of Store Image and Service Quality on Private Label Brand Image and Purchase Intention*. Asean Marketing Journal. Vol 4 No 2.
- Rzem H., Debabi M. (2012). *Store Image as a Moderator of Store Brand Attitude*. Journal of Business Studies Quarterly. Vol. 4, No. 1, pp. 130-148. Tunisia.
- Salomon M., Bamossy G., Askegaard S., Hogg M.K. (2006). *Consumer Behaviour, A European Perspective*. 3<sup>rd</sup> ed. Spain: Prentice Hall.
- Schiffman L.G., Kanuk L.L. (2004). *Consumer Behaviour*. 8<sup>th</sup> ed. New York: Prentice Hall
- Setiawan A. (2014). *Pengaruh Store Image, Value Consciousness, Price Image Dan Attitude Toward Private Brand Pada Consumer Purchase Intention*

*Di Alfamart Surabaya Timur. Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis. Universitas Katolik Widya Mandala. Surabaya.*

Soebagyo T. Dan Subagio H. (2014). Analisa Pengaruh *Store Image* Terhadap *Purchase Intention* Di Toserba “Ramai” Ngawi. *Jurnal Manajemen Pemasaran. Universitas Kristen Petra* .Vol. 1, No. 2. Pp 1-9. Surabaya.

Solomon M.R. (2011). *Consumer Behaviour Buying, Having, and Being*. 9<sup>th</sup> ed. New Jersey, USA : Prentice Hall International.

Steve B. J. Carralero dan Encinas. (2000). The role of store image in retail internationalisation. *International Marketing Review*. Vol. 17 Iss 4/5. pp. 433 – 453.

Steve Burt. (2000). *The strategic role of retail brands in British grocery retailing*. *European Journal of Marketing*. Vol. 34. pp 875 – 890.

Sugiyama A. G. (2008). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Edisi Pertama. Bandung: Guardaya Intimarta.

Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Syah M. (2011). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Tjandrasa B.B., (2006). Potensi Keuntungan *Private Label* serta Proses Pemilihan Produk dan Pemasoknya Pada Bisnis Ritel. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1.

Untung D. Sari. (2013). Potensi *Private Label* Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Bisnis Retail.

Uriatin F.A. (2013). Pengaruh *Store Image* Terhadap *Purchase Intention* Produk *Private Label* Carrefour, Giant dan Hypermart di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol. 2 No. 2. Surabaya.

Utami F.R., Cahyani P.D. (2015). Karakteristik Moderen di Desa Dukuwaluh, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. *Seminar Nasional*. Purwokerto.

Utomo T.J. (2010). Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran. *Jurnal Fokus Ekonomi*. Vol 4 No 1. Jakarta.

Wibisono B., Paramita E. Lidia. (2013). Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret Di Salatiga). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana*. Salatiga.

Yulianti N. M. D. Rani, Suprpti N.W. Sri, Yasa N.N. Kerti. (2014). Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang pada Circle K di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.8 No.1. Denpasar.

