

DAFTAR PUSTAKA

- Fortunata, F. (2014). Analisis Strategi Bersaing Produk *Private Brand* Dalam Bisnis Ritel Modern. Vol. 8, No.2 Universitas Ma Chung: Malang.
- Hermawan, H dan Budhi Haryanto. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Prestise, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Citra Merek, Citra Negara Asal terhadap Niat Pembelian Produk Asing yang Dimediasi Sikap Dan Variabel *Costomer's Ethnocentrim* Sebagai Peran Moderas (studi pada niat pembelian produk asing "Converse" di kota Surakarta. Vol.12, No. 1. Fokus Manajerial: Surakarta.
- Kotler, P dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi12. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, philip dan keller. 2009. manajemen pemasaran. 12 Edition jilid 1. PT. Indeks: Jakarta.
- Lamb, W.et.al. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Lupiyo Adi, R dan Ridho Bramulya Ikhsan. 2014. Praktikum Metode Riset Bisnis.Salemba Empat: Jakarta.
- Najib, M dan Dharmawan Santoso. 2016. Pengaruh *Price Consciouss, Value Consciouss, QualityVariation, Trust* dan *Private Label Attitude* Terhadap *Purchase Intention* pada produk pangan dengan *Private Label*. Vol. VI, No. 2. Institute Pertanian: Bogor.
- Peter, J. P. dan Olson, J. C. 2014. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 9 Buku 1. Salemba Empat: Jakarta.
- Priansa, D.J. 2017. Perilaku Konsumen .Alfabeta: Bandung.
- Sangadji Etta, M dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen- Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian: Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Indeks: Jakarta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian. Alfabeta: Bandung.

Susanti, R dan Suprihatmi Sri Wardiningsih. (2012). Pengaruh Persepsi Terhadap *Private Label Brands* Pada Perusahaan Ritel Carefour di Kota Solo. Vol. 13, No. 2. Universitas Slamet Riyadi: Surakarta.

Tevina, T dan Eva Riyanti. 2015. Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Ismaliiyah Kecamatan Medan Area Kota Medan. Vol. X No:1. Universitas Negri Medan: Medan.

Utomo. Tri Joko. 2011. Persaingan Bisnis Ritel; Tradisional vs Moderen (*The Competition Of Retail Business: Traditional Vs Modern*). Vol. 6 No. 1, STIE Pelita Nusantara: Semarang.

Wijaya, T dan Saparso. 2009. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* di PT. Lion Super Indo Jakarta Vol.9 No.2. Universitas Kristen Krida: Jakarta Barat.

Yunitasari, H dan Ahyar Yuniawan.(2006) Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota. Vol. 3, No. 2, Universitas Diponegoro: Semarang.

Sumber Internet:

<http://www.aprindo.org>

<https://www.statistikian.com/2014/04/independent-test-dengan-spss.html>