

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Yulianti (2019) *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Wekke (2019) *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri.
- Ridho, M.A. (2019) *Metodologi Riset*. Metodologi Riset.
- Priansa (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Musafar, T.F. (2020) *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Kota Bandung: Media Sains.
- Hardiani (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- dkk, A.S. (2020) *Buku Manajemen Merek*. Kota Bandung: Yayasan Kita Menulis.
- Sarwono J (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

### **Penelitian Terdahulu & Jurnal :**

- Amalianti, I. (no date) 'Pengaruh Brand Image Produk Private Label Terhadap Kepuasan Pelanggan'.
- Elistia, M.R. (2014) 'Pengaruh Citra Toko, Private Brand, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Supermarket'.
- Hasanah, N. (2017) 'Persepsi Konsumen Terhadap Produk Private Label Indomaret', *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Isyanti Amalianti and Ermina Tiorida (no date) 'Pengaruh Brand Image Produk Private Label Pada Kepuasan Pelanggan'.
- Kirana, L.C. (2016) 'Analisis Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian private label YOA', Skripsi.
- Ramadhan, M.D. (2019) 'Pengaruh Faktor persepsi harga, persepsi kualitas, citra merek dan citra toko pada hypermart di yogyakarta', *Minat membeli pada produk private label*.
- Risha Maylinda K (no date) 'Tinjauan Dimensi Private Brand dan Analisis Tingkat Penjualan Private Label Air Minum Dalam Kemasan Giant Hypermart Cabang Bogor'.

Rizan, M. (2009) ‘Pengaruh Citra Toko, Private Brand, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Supermarket’, 5.

Theodorus Emmanuell Naoenz (2018) ‘Analisis Pengaruh Respon Konsumen Mengenai Private Label Indomaret Terhadap Nilai Beli (Studi Hal tersebut dikarenakan penilaian yang kurang baik dari konsumen mengenai keenam dimensi respon konsumen. (kualitas produk, harga, keterlibatan, loyalitas merk, familiaritas, persepsi risiko.) Kasus di Indomaret Cihampelas dan Indomaret Sukajadi)’.

Wibisono, J. (2019) ‘Brand Image, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo di Surabaya’, Jurnal Manajemen Pemasaran, pp. 6–8.

**Website:**

<https://penerbitdeepublish.com/pendekatan-penelitian/> - Diakses 31 Maret 2023, Jam 21.33

<https://www.kompasiana.com/budhiman/5f90e596de3439683f768cd2/sejarah-ritel-modern-di-indonesia-dari-kemunculan-hingga-eksistensinya-di-masyarakat?page=all#sectionall> – Diakses 5 April 2023, Jam 18.45

<https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pertumbuhan-dan-indeks-penjualan-ritel-2019-2020-1598865559> - Diakses 10 April 2023, Jam 19.37

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/13/super-indo-punya-gerai-terbanyak-di-kelompok-toko-ritel-besar> - Diakses 25 April 2023, Jam 20.34

<http://www.bps.go.id> – Diakses 30 April 2023, Jam 18.43

<http://www.superindo.co.id> – Diakses 17 Mei 2023, Jam 15.54

<https://www.gramedia.com/best-seller/private-label/> - Diakses 21 Mei 2023, Jam 19.55

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/26/100000769/brand-loyalty--pengertian-dan-indikator-loyalitas-konsumen-pada-merek> - Diakses 30 Mei 2023, Jam 20.54