

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfa, A. A. G., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *Jurnal EurekaMatika*, 5(2), 59–71. <https://doi.org/10.17509/jem.v5i2.9599>.
- Alfamart. (2022). *Private Label: Kualitas Baik Harga Hemat*. [www.instagram.com/p/Cag08GhGk/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cag08GhGk/?utm_medium=copy_link). Diakses pada 1 Maret 2022 Pukul 11.56 WIB.
- Almas, R. Z., Sutikno, S., & Choiruddin, A. (2020). Analisis Hubungan Spasial Antara Keberadaan Pasar Modern (Minimarket, Supermarket, dan Hypermarket) dengan Toko Kelontong di Surabaya Menggunakan Model Marked Poisson Point Process. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 9(2), 230–236. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.59133>.
- Arslan, Yusuf. (2019). *Improving Marketing Strategies for Private Label Products*. IGI Global. USA.
- Auf, M. A. A., Meddour, H., Saoula, O., & Majid, A. H. A. (2018). Consumer Buying Behavior: The Roles of Price, Motivation, Perceived Culture Importance, and Religious Orientation. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 12(4), 177–186. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is04/art-18>.
- Berman, B., Evans, Joel R., Chatterjee, Patrali. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*. United Kingdom. Pearson.
- Chin, Whyne W. (1998). *The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling*. Lawrence Erlbaum Associates. London.
- Euromonitor International. (2021). *Jumlah Gerai Minimarket Meningkat 39% pada 2020*. <https://databoks.katadata.co.id/>. Diakses pada 20 Desember 2021 Pukul 16.00 WIB.
- Euromonitor International. (2021). *Nilai Penjualan Ritel Minimarket Lampau Supermarket dan Hypermarket pada 2020*. <https://databoks.katadata.co.id/>. Diakses pada 20 Desember 2021 Pukul 15.35 WIB.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gielens, K., Ma, Y., Namin, A., Sethuraman, R., Smith, R. J., Bachtel, R. C., & Jervis, S. (2021). The Future of Private Labels: Towards a Smart Private Label Strategy. *Journal of Retailing*, 97(1), 99–115. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.10.007>.
- Goworek, McGoldrick. (2015). *Retail Marketing Management: Principles and Practice*. 1 st Ed. Pearson Education, Inc. USA.
- Graciola, A. P., De Toni, D., Milan, G. S., & Eberle, L. (2020). Mediated-Moderated Effects: High and Low Store Image, Brand Awareness, Perceived Value From Mini and Supermarkets Retail Stores. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(102117), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102117>.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications. New York.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- Hamid, Rahmad Solling, dan Anwar, Suhardi, M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hati, S. R. H., Zulianti, I., Achyar, A., & Safira, A. (2021). Perceptions of Nutritional Value, Sensory Appeal, and Price Influencing Customer Intention to Purchase Frozen Beef: Evidence from Indonesia. *Meat Science*, 172(108306), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2020.108306>.
- Hikmawati, D., & Nuryakin, C. (2017). Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 17(2), 195–208. <https://doi.org/10.21002/jepi.v17i2.768>.
- Indomaret. (2022). *Private Label: Extra Bonus Poin 5%*. [www.instagram.com/p/Cadid67hyLX/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cadid67hyLX/?utm_medium=copy_link). Diakses pada 27 Februari 2022 Pukul 17.00 WIB.

- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(1), 1–8.
- Jinfeng, W., & Zhilong, T. (2009). The Impact of Selected Store Image Dimensions on Retailer Equity: Evidence from 10 Chinese Hypermarkets. *Journal of Retailing and Consumer Services* 16(6), 486–494. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2009.08.002>.
- Kapferer, J. N. (2008). *The New Strategic Brand Management: 4 th Edition*. Kogan Page. London.
- Kearney. (2021). *Unveiling The Public Demand for Private Label*. Nielsen IQ. US.
- Kearney. (2022). *The 2021 Global Retail Development Index™*. <https://www.kenney.com/> Diakses Pada 5 Januari 2021 Pukul 23.10 WIB.
- Kementerian Perdagangan RI. *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2018). *Principle of Marketing 17E*. United Kingdom. Pearson.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kumpan. (2018). *Jumlah Toko Jejaring Modern di Yogyakarta Melebihi Kuota*. <https://kumpan.com/tugujogja/jumlah-toko-jejaring-modern-di-yogyakarta-melebihi-kuota>. Diakses Pada 14 Maret 2022 Pukul 14.20 WIB.
- Levy, Michael, & Weitz, Barton A. (2012). *Retailing Management*. United States. McGraw-Hill Irwin.
- Lind, Douglas A., Marchal, William G., dan Wathen, Samuel A. (2014). *Teknik-Teknik Statistik dalam Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Nadya, N. (2018). Bauran Pemasaran Produk *Private Label* Indomaret dalam Ritel Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen* 3(1), 77–84. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.88>.
- Nielsen. (2019). *What's Next in Southeast Asia: Seeing Untapped Opportunities in Asia's Next Growth Frontier*. US.
- Nugraheni, Y. D., & Rachmawati, R. (2016). Kajian Lokasi dan Pola Distribusi Minimarket serta Pemanfaatannya oleh Masyarakat Kabupaten Sleman. *Jurnal Bumi Indonesia*, 5(43). <http://lib.geo.ugm.ac.id/ojs/index.php/jbi/article/view/876>.
- Paramita, E. L. dan Wibisono, B. (2015). Persepsi Konsumen Terhadap Produk *Private Label* Indomaret (Studi Pada Indomaret di Salatiga). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 9(3): 175–188. ISSN: 1978-3116.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw-Hill. New York.
- Prajogi, Natannael dan Patrikha, Finisica, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Private Label* Indomaret (Studi di Indomaret Cabang Cerme). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Vol. 8, (3): 959-964. <https://jurnal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/35924>.
- Purnomo, S. D., Serfiyani, C. Y., & Hariyani, I. (2013). *Sukses Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Retnawati, B. B., Ardyan, E., & Farida, N. (2018). The Important Role of Consumer Conviction Value in Improving Intention to Buy Private Label Product in Indonesia. *Journal of Asia Pacific Management Review*, 23(3), 193–200. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.003>.
- Riyadi, P. P. F., & Hernawati, R. (2022). Hubungan antara Brand Image dengan Sikap Calon Konsumen. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 270–276. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.829>.
- Rohimah, Afifatur. (2018). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>.

- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif-Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Soebagyo, Tommy dan Subagio, Hartono. (2014). Analisa Pengaruh *Store Image* Terhadap *Purchase Intention* di Toserba “Ramai” Ngawi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9. [http://www.ngawikab.go.id/home/?wpfb\\_dl=207](http://www.ngawikab.go.id/home/?wpfb_dl=207).
- Sopiah dan Sangadji, Etta, M. (2022). *Salesmanship* (Kepengjualan). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Thakur, Anand. (2014). *Retail Management*. Excel Books Private Limited. New Delhi.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Top Brand Award. (2021). *Top Brand Index Fase 2 2021: Kategori Minimarket*. <https://www.topbrand-award.com/>. Diakses Pada 19 Desember 2021 Pukul 13.24 WIB.
- Trihastuti, Aselina Endang. (2021). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ufer, D., W. Lin dan D. L. Ortega. (2019). Personality Traits and Preferences for Specialty Coffee: Results from A coffee Shop Field Experiment. *Journal of Food Research International*, 125: 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2019.108504>.
- United States Department of Agriculture (USDA). (2021). *10 Ritel dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/>. Diakses pada 2 Januari 2021 Pukul 12.00 WIB.
- Visser, E. M., Du Preez, R., & Janse Van Noordwyk, H. S. (2006). The importance of Apparel Store Image Attributes: Perceptions of Female Consumers. *Journal*

*of Industrial Psychology*, 32(3), 49–62. <https://doi.org/10.4102/sajip.v32i3.437>.

Weindel, Julia, Katarina. (2016). *Retail Brand Equity and Royalty*. Springer Gabler. Germany.

Widarjono, Agus. (2018). *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Widyarini, Maria dan Septina, Nina. (2009). Perubahan Pola Belanja Masyarakat : Sebuah Kajian di Lingkungan Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 91–100. ISSN: 0216-1249.

Wirayanthi, Noverita dan Santoso, Singih. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96. ISSN: 2654-4326.

Wong, Ken, Kwong-Kay. (2019). *Mastering Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) with Smartpls in 38 Hours*. iUniverse. Bloomington.

Wu, P. C. S., Yeh, G. Y. Y., & Hsiao, C. R. (2011). The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands. *Australasian Marketing Journal*, 19(1), 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.11.001>.