

DAFTAR PUSTAKA

- Aryandi. (2011). Pengaruh Pengalaman Masa Lalu dan Kesadaran Konsumen Terhadap Pembelian Produk Merek Toko di Yogyakarta (*tesis tidak diterbitkan*). Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Bell, D. Cuthbertson, R., and Koskien, S. (2000). *Customer Loyalty and Private Label Products*. KPMG. Tersedia di www.kpmg.com diakses pada 4 Juni 2017.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Chen, C.L. (2009). Strategic thinking leading to private brand strategy that caters for customers' shopping preferences in retail marketing. *African Journal of Business Management*, 3 (11), 741-752.
- Cooper and Schlinder. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Denzin and Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Fadhli, K. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Private Label* Indomaret. *Essay Abstract*. Fakultas ekonomika dan Bisnis Universitas Lampung, Lampung.
- Indomaret. (2017). Produk Private Label. Tersedia di <http://indomaret.co.id/utama/produk/private-label.html> diakses pada 25 Februari 2017.
- Indomaret. (2017). Sejarah dan Visi. Tersedia di <http://indomaret.co.id/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/sejarah-dan-visi/> diakses pada 29 Maret 2017.
- Indomaret. (2017). Gerai Indomaret. Tersedia di <http://indomaret.com/korporat/seputar-indomaret/peduli-dan-berbagi/2014/01/16/gerai-indomaret/> diakses pada 29 Maret 2017.
- Indomaret i-Mobil. (2017). i-Mobil Indomaret Memeriahkan Acara. Tersedia di <https://twitter.com/indomaret/status/529180248944807938> diakses pada 2 Juni 2017.
- Jain, S.C. (2000). *Marketing Planning and Strategy*, Sixth Edition. Cincinnati, South Western Publishing Company.
- Kanagal, N. (2012). Role of Relationship Marketing in Competitive Marketing Strategy. *Journal of Management and Marketing Research*. Vol. 2 (1).



- Kapferer, J.N. (2008). *New Strategic Brand Management: Creating And Sustaining Brand Equity Long Term: 4th Edition*. Kogan Page Limited, London and Philadelphia.
- Kementrian Perdagangan. (2017). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. Tersedia di <http://sipo.kemendag.go.id/upload/syarat/70fdbe65ee6b7c6d8f77f1901cc1284a.pdf> diakses pada 30 Maret 2017
- Kennedy, J.E. and Soemanagara, R.D. *Marketing Communication; Taktik & Strategi*. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Klik Indomaret. (2017). About Klik Indomaret. Tersedia di <http://www.klikindomaret.com/content/index/about-klikindomaret> di akses pada 7 Agustus 2017
- Klimchuk and Krasovec, S.A. (2008). *Desain Kemasan*. Erlangga, Jakarta.
- Knapp, D. E. (2000). *Brand Mindset*. McGraw Hill Companies Inc., New Jersey.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 15th Edition*. Pearson, New Jersey.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, 16th Edition*. Pearson, New Jersey.
- Kotler, P. and Keller, K. 2016. *Marketing Managemen. Edisi 15*. Pearson, New Jersey.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Moleong, L.J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Machfoedz, I. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatatif*. Fitramaya, Yogyakarta.
- Madhavaram, S., Badrinayanan, V. and Mcdonald, R.E. (2005). Integrated Marketing Communication and Brand Identity as Critical Components of Brand Equity Strategy: A Conceptual Framework And Research Propotion. *Journal of Advertising*. Vol. 34 (4).
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Tentang Kewajiban Pencantuman Label Dalam



- Bahasa Indonesia Pada Barang. Tersedia di http://www.aprisindo.or.id/pdf/Permendag_NO_67M-DAG-2013.pdf diakses pada 5 April 2017.
- Miles, M.B., Huberman, A.M. and Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. Sage Publications, USA
- Minimarket Rak. (2017). Potensi Bisnis Minimarket 2017. Tersedia di <https://www.minimarketrak.com/blog/potensi-bisnis-minimarket> diakses pada 20 September 2017.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group, Jakarta.
- Nielsen, A.C. (2014). The State of Private Label Around The World. Tersedia di <http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/kr/docs/global-report/2014/Nielsen%20Global%20Private%20Label%20Report%20November%202014.pdf> diakses pada 22 Februari 2017.
- Nielsen Ritel Audit. (2016). Industry Update. Tersedia di <http://mandiri-institute.id/industry-update-2016/> diakses pada 20 September 2017.
- Nugroho, A. (2014). Pengaruh Citra Toko, Kualitas Toko, Kualitas Pelayanan, Citra Produk Merek Toko, Risiko yang Dirasakan dan Kesadaran Harga pada Niat Membeli Ulang di Toko Indomaret Yogyakarta (*tesis tidak diterbitkan*). Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Oentoro,D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang Pressindo, Yogyakarta.
- Peter, J. P and Olson, J.C. (2016). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 9*. Salemba Empat, Jakarta.
- Pratiwi, D. (2011). Karakteristik Konsumen dan Citra Merek *Private Label* Minimarket: Perbandingan antara Masyarakat Desa dan Masyarakat Kota di Kabupaten Sleman (*tesis tidak diterbitkan*). Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Pride, W.M. and Ferrell. (2014). *Marketing, 17th Edition*. Cengage Learning, Australia.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta, Yogyakarta.
- Schiffman and Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen, Edisi 7*. Indeks, Jakarta.
- Spinelli, P.B., Giraldi, J.D.M.E. and Compomar, M.C. (2006). Retail Private Label's Strategies: A Case Study in A Large Brazilian Supermarket Chain. *RAM*, 7 (4), 121-141.
- Sudijono, A. (2009). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Rajawali Pers, Jakarta



- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, D. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS, Yogyakarta.
- Sutriani. (2011). Pengaruh Sikap, *Brand Consciousness*, Persepsi Nilai dan *Private Label Brand Image* pada Niat Konsumen Dalam Membeli Produk *Private Label Brand* (tesis tidak diterbitkan). Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Thompson, A.A., Peteraf, Margare, A., Gamble, John, E., and Strickland,A.J. (2014). *Crafting and Executing Strategy, Nineteenth Edition*. North America, McGraw-Hill.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- Trading Economics. (2015). Persentase Penjualan Toko Ritel. Tersedia di <https://tradingeconomics.com/> diakses pada tanggal 25 Februari 2017.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Salemba Empat, Jakarta.
- Yin, R. K. (2005). *Studi Kasus, Desain dan Metode*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.