

Daftar Pustaka

- Abril, C., & Canovas, B. R. (2016). *Marketing Mix Effects on Private Labels Brand Equity*. *European Journal of Management and Business Economics* 25, pp, 168 - 175.
- Ahmad Sani Supriyanto, dan Masyhuri Machfudz. 2010. *Metodologi Riset Manajemen Sumber daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Akdon & Riduwan. (2010). *Rumus dan Data Analisis Statistika*, Cet 2. Alfabeta.
- Aldianto, R. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Atmosfer Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Cutbarbershop Bandar Lampung)*.
- Arora R. & Stoner Ch. (2009). *A mixed method approach to understanding brand personality*. *Journal of Product & Brand Management*, 18(4), 272-283.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Beristain, J.J., Zorrilla, Pilar. 2011. *The Relationship Between Store Image And Store Brand Equity : A Conceptual Framework And Evidence From Hypermarkets*, *Journal of Retailing and Customer Services* 18 (2011) 562–574.
- Berman, Berry and Evans, Joel R. 2010. *Retail Management: A Strategic Approach*. 8th Edition. Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Bozhinova, M. (2013). *Private Label Retailer competitive strategy*, *Journal of Management and Business Research Marketing* Vol. 13(10), pp, 28-34.
- Cox, Roger and Paul Brittain, 2004. *Retailing an Introduction. Fifth Edition*. London. Pearson Education Limited.
- Chen, & Liang, C. (2009). *Strategic thinking leading to private shopping preferences in retail marketing*. *African Journal of Business Management* Vol.3 (11), pp. 741-752.

- Del Vecchio, D, S. 2001. *Consumer perception of private label quality: the role of product category characteristic and consumer of heuristic*. *Journal of retailing and consumer service* 8:239-249
- Dunne, D., & Narasimhan, C. (1999). *The New Appeal of Private Labels*. *Harvard Business Review*, Vol. 77 No.3, pp, 41 - 52.
- Elistia, M. R. (2014). *Pengaruh Citra Toko, Private Brand, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Supermarket* (Doctoral dissertation, Tesis).
- Fortunata, F. (2014). *Analisis Strategi Bersaing Produk Private Brand Dalam Bisnis Ritel Modern*. *Competence: Journal of Management Studies*, 8(2).
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Husein, Umar. 2010. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Idris, M., Maupa, H., Muis, M., & Pono, M. (2020). *Membangun Konsep Brand Religiosity Image Dalam Islamic Marketing (Sintesis Teori dan Penelitian Empiris yang Relevan)*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 14-21.
- Isa, I., & SE, L. H. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Suasana Toko (Store Atmosphere), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada Paparon's Pizza Solo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi Dan Manajemen*, Yogyakarta : BPFE, 1999.
- Kartika, E. W., & Kaihatu, T. S. (2008). *Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di laundry 5ASEC Surabaya*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 4(2), 45-57.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta

- Labeaga, J., Lado, N., & Martos, M. (2007). Behavioral loyalty toward store brands. *Journal Retailing Consumer Service*. Vol 1 No.1, pp,
- Levy, Michael and Barton Weitz. 2001. *Retailing Management. International Edition*. Edisi 4 New York: McG
- Mandei, J. M., Massie, J. D., & Soepeno, D. (2020). *PENGARUH SUASANA KAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN KEANEKARAGAMAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI BROWNIC BEVERAGE AND PASTRY*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Meldarianda, R. dan Lisan, H. (2010). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 1412-3126.
- Rahayu, M., Hussein, A. S., & Aryanti, R. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Toko, Citra Merek Produk Private Label, dan Nilai Yang Persepsikan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Giant di Kota Malang)*. *Ekonomi Bisnis*, 21(1).
- Rorimpandey, J. N., Sepang, J. L., & Arie, F. V. (2017). *Analisis pengaruh store atmosphere dan keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen di Café Black Cup Coffee & Roastery*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Samboro, J., Budiarti, L., & Santoso, E. B. (2019). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan toko buku togamas malang*. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 13(1), 75-82.
- Sarkar, Juhi Gahlot., and Sarkar, Abhigyan. (2017). *Brand Religiosity: An Epistemological Analysis of the Formation of Social Antistructure through the Development of Distinct Brand Sub-Culture*. *Society and Business Review*, Vol. 12 Iss 1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sutisna & Teddy Pawitra, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDY ; Yogyakarta

- Wijayanto, K. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank*. Jurnal Manajemen Dayasaing, 17(1), 38-45.
- Wibowo, Ruswanti, E. and Januarko, U (2013). *Pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang pada Toko*, Buku Gramedia Yogyakarta. Esa Unggul University.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., and Dwayne, D. 2009. *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm*. 5th Edition. New York: McGraw Hill.
- Zhou, L., 2004. A Dimension-specific Analysis of Performance-only Measurement of Service Quality and Satisfaction in China's Retail Banking. *The Journal of Service Marketing*, Vol. 18, No. 7, pp. 534-546.

