

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah (2024) T Tabel PDF Lengkap Download Gratis. Diakses pada 1 November 2024, dari <https://rumusrumus.com/wp-content/uploads/2018/08/t-tabel-pdf.pdf>
- Achsan, M. Z., & Dhewi, T. S. PENGARUH CITRA TOKO TERHADAP MINAT BELI MELALUI PERSEPSI KUALITAS PADA PRODUK PRIVATE LABEL.
- Aeni, F., Hidayat, M., & Fitriany, F. (2023). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *The Manusagre Journal*, 1(2), 216-230.
- Alfamart.co.id (2024). Paparan Publik 2024 Pt Sumber Alfaria Trijaya TBK. Diakses pada 28 Agustus 2024, dari https://alfamart.co.id/frontend/img/corporate/investor-area/pdf/public_expose_2024.pdf
- Alfamart.co.id (2023). Paparan Publik 2023 Pt Sumber Alfaria Trijaya TBK. Diakses pada 28 Agustus 2024, dari https://alfamart.co.id/frontend/img/corporate/investor-area/pdf/public_expose_2023.pdf
- Alharits, S. Z., & Wahyono, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Private Label Pada Super Indo Supermarket Cabang Kelapa Dua. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 10-20.
- Alvita, M. (2024). Pengaruh Private Label Price, Private Label Familiarity, Store Image terhadap Purchase Intention dan Loyalty (Studi Empiris: Hypermarket di DKI Jakarta). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 1298-1309.
- Arantola, N., & Juntunen, M. (2023). The emergence of a values-based premium private label brand reputation within a multiple-tier brand portfolio. *Journal of Product & Brand Management*, 32(7), 1139-1153.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Dki Jakarta. (28 Februari 2024). *Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka 2024*. Diakses pada 8 Oktober 2024, dari <https://jakarta.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/baae7b80d16101c7bef30cc0/provinsi-dki-jakarta-dalam-angka-2024.html>

- Berlyanta, M. F. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Keakraban Merek, dan Kualitas Merek Terhadap Minat Beli pada Private Label Brand Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Bertoli, G., Busacca, B., & Imperato, M. (2020). Premium private label: how product value, trust and category involvement influence consumers willingness to buy. *Italian Journal of Marketing*, 2020(2), 143-161.
- Chairy, C., & Alam, M. E. N. (2019). The influence of environmental concern, green perceived knowledge, and green trust on green purchase intention. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 10(2), 131-145.
- Databoks (2023). Indeks Penjualan Retail Meningkat pada April 2023, Tertinggi sejak Pandemi. Diakses pada 27 Agustus 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/236c81f028a146c/indeks-penjualan-retail-meningkat-pada-april-2023-tertinggi-sejak-pandemi>
- Databoks (2022). Pasar Tradisional Masih Dominasi Penjualan Grosir Ritel Indonesia. Diakses pada 27 Agustus 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/perdagangan/statistik/8165045449ae4fc/pasar-tradisional-masih-dominasi-penjualan-grosir-ritel-indonesia>
- Devi, L. K. I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA.
- Fadillah, K. N., & Fadili, D. A. (2023). *Pengaruh Harga, Iklan Media Sosial dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Dots Karawang*. 9(June), 1–7
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, M., Ash, H., & Cahya, S. B. (2023). *Pengaruh Harga Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Thrifting Shop Di Kalangan Mahasiswa Aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi*. 11(2).
- Firmansyah, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UM Surabaya Publishing.

- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.
- Gangwani, S., Mathur, M., & Shahab, S. (2020). Influence of consumer perceptions of private label brands on store loyalty—evidence from Indian retailing. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1751905.
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Square Menggunakan Program SmartPLS 3.2. 9 untuk Penelitian Empiris. *Semarang (ID): Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- GoodStats. (2024, November 30). Provinsi dengan SDM paling maju berdasarkan *Human Development Index 2024*. [Unggahan Instagram]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DC6ijRbT5pQ/?utm_source=ig_web_copy_link
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Hanaysha, J. R., Al Shaikh, M. E., & Alzoubi, H. M. (2021). Importance of marketing mix elements in determining consumer purchase decision in the retail market. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)*, 12(6), 56-72.
- Hilmi, R. (2023). *PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN PROMOSI PENJUALAN DENGAN AKUN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ALFAMART DI DKI JAKARTA* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Hutahayan, B. (2023). *Kepemimpinan dan Inovasi*. Deepublish.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Vol 5 Nomo*
- Irawan, V., & Argo, J. G. (2020, November). ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK POINT COFFEE INDOMARET. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 308-322).
- Kotler, P., & Armstrong, Gary. (2021). *Principles of Marketing* (Philip Kotler & Gary Armstrong, Eds.; 18th ed.). Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson.

- Kundhani, E. Y., Sugiharto, E., Kusumastuti, S. Y., Irawati, I., Hulu, D., Sumiyarti, S., ... & Judijanto, L. (2024). Prinsip-Prinsip Ekonomi: Teori Komprehensif. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Mulatsih, R., & Kusumawardhani, A. (2020). Strategy of stimulating purchase intention of private label brands (Plb). *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 4309-4315.
- Naurah, Nada (2023). Alfamart dan Indomaret Rajai Pasar Ritel Modern di Indonesia Pada 2022. Diakses dari goodstats.id pada 15 Oktober 2024, dari <https://goodstats.id/article/alfamart-dan-indomaret-rajai-pasar-ritel-modern-di-indonesia-pada-2022-OXpf7>
- Numerator.com (2024). Get perspective on private label performance. Diakses pada 10 September 2024, dari <https://www.numerator.com/private-label-trends/>
- Nunuk, H., & Murni, S. STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PADA PELANGGAN SMARTPHONE SAMSUNG DI SURAKARTA.
- Pambudi, B., & Marlien, R. A. (2021). The Effect Of Store Image, Risk Perception, And Price Perception On Consumer Buying Interest In Private Label Products. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 16(2), 407-423.
- Pertamina Retail (2023). Laporan Tahunan 2023: Strategi Unggulan Untuk Masa Depan (Strategic Excellence For Tomorrow). Diakses pada 24 Agustus 2024, dari <https://pertaminaretail.com/laporan-tahunan/>
- Rabbani, D. B., Diwyartha, N. D. M. S., Mulyati, A, M. U., Hadawiah, Sari, Y. P., Sukrin, Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). Komunikasi Pemasaran. Global Eksekutif Teknologi.
- Sampara, R. R. B. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Harga Dan Penataan Produk Terhadap Minat Beli Produk Privat Label (studi Pada Indomaret Cabang Bojongsong Bandung. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Samsul, Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Journal of Islamic Economics. *Journal of Islamic Economics*, 4(1), 1–11.

- Sari, D. N., & Asra, Y. (2022). The Influence of Product Quality and Price on Purchase Intention Alfamart Private Label Products. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 2(2), 177-180.
- Saritha, P., Kumar, K. S., & Mazeed, S. A. Role of Retail Price Strategy in Influencing Customer Purchase Intention.
- Sasambe, G., Massie, J. D., & Rogi, M. (2023). PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI FRESHMART SUPERSTORE BAHU MANADO TERKAIT PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DALAM PENCEGAHAN COVID19 (STUDI PADA KONSUMEN FRESHMART SUPERSTORE BAHU MANADO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 186-195.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior TWELFTH EDITION Global Edition. <https://fliphtml5.com/xzfd/wnrw/basic/51-100>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Sudarsono,+H.+\(2020\).+Buku+Ajar:+Manajemen+Pemasaran.+CV+Pustaka+Abadi.+&ots=4PQ3hb2g9 &sig=nnuolgaNJQo3IAjWAJHQ6_17tAM&redir_esc=y#v=onepage&q=people&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Sudarsono,+H.+(2020).+Buku+Ajar:+Manajemen+Pemasaran.+CV+Pustaka+Abadi.+&ots=4PQ3hb2g9 &sig=nnuolgaNJQo3IAjWAJHQ6_17tAM&redir_esc=y#v=onepage&q=people&f=false)
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta, 2023.
- Susianti, S. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Produk Private Label Perusahaan Ritel. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 38-49.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55-69.