DAFTAR PUSTAKA

Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial.* Yogyakarta: Gava Media.

Aisah Asnawi. 2016. *Pengaruh Private Label Terhadap Kesadaran Merek Dan Citra Merek Pada Konsumen Hipermarket (Studi Pada Giant Dan Hypermart Di Kota Bandung)*. Bandung.

Alida Palilati. 2007. *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*. Surabaya.

Alo Liliweri, 2005. *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur.* Yogyakarta.

Anu dan Minna. 2011. *From Customer Perceived Value (PERVAL) to Value-in-Context Experience (VALCONEX)*. UK.

Arikunto, Suharsini. 2009. *Penelitian Tindakan Kelas*. Bumi Aksara. Jakarta.

Arton Lapans, 2011. Tersedia: Http://www.gomarketingstrategic.com. Tanggal upload: 13 Agustus 2011

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Choy Johnn Yee dan Ng Cheng San. 2011. *Consumers' Perceived Quality, Perceived Value and Perceived Risk Towards Purchase Decision on Automobile.* Malaysia.

Desi Sachiko, 2014. *(Jangan Heran) Kenapa Wanita Suka Belanja*. Tersedia: http://www.kompasiana.com. Tanggal upload: 2 Januari 2014

Dharmawan Santoso, dkk. 2016. *Pengaruh Persepsi Risiko, Price Consciousness, Familiarity, Persepsi Kualitas, Dan Citra Toko Pada Minat Beli Konsumen*. Bogor.

Enggal Juatmiko, dkk. 2015. *Pengaruh Display Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Bintang 9 Sidoarjo.* Surabaya.

Fatimah Saguni. 2012. *Persepsi Tentang Penampilan Fisik Wanita Pada Masa Remaja*. Palu.

Farzana Yasmin, dkk. 2014. *Customer Perceived Risk on Store Brand Products: A Study on Malaysian Hypermarket Consumer Perspective*. Malaysia.

Flinsia Debora, dkk. 2015. *Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Kost Di Kota Manado.* Manado.

Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional.* Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

H.Y. Ruyatnasih, SE., MM., dkk. 2013. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsika).* Karawang.

Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* PT Rajagrafindo. Jakarta.

Ivana Faustine. 2017. *Keunggulan Private Label Dibandingkan Merek Nasional Pada Ritel Hypermarket*.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Kurnia dan Sri, 2014. *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik.* Surabaya.

Laurens Siahaan. 2014. *Yuk, Berhemat dengan Belanja Private Label di Toko Swalayan*. Tersedia: https://kreditgogo.com. Tanggal upload: 6 September 2014

M Fakhru dan Hanifa. 2014. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Medan.

M Rachmat. 2012. *Peran kepuasan kognitif, kepuasan emosional, dan Kepercayaan merek dalam membangun Loyalitas Merek (telaah literatur)*. Tersedia: https://www.researchgate.net. Tanggal upload: 12 April 2012

Marzolina. 2010. *Pengaruh Dimensi Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk Minyak Pelumas Motor Merek Castrol Di Pekanbaru*. Riau.

Moh, Nazir. 2014. *METODE PENELITIAN.* Ghalia Indonesia. Bogor.

Narimawati, Umi, dkk. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah.* Genesis. Bekasi.

Nishan Waheed, 2016. *Influence of Customer Perceived Value on Tourist Satisfaction and Revisit Intention: A study on Guesthouses in Maldives.* Malaysia.

Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi 2016*. Zifatama Publishing. Sidoarjo.

Rahmatika. 2017. *Mati! Uang Saku Mahasiswa Kini Lebih Mahal Dari UMK!*. Tersedia: https://seword.com. Tanggal upload: 27 Juli 2017

Ramulu dan Sapna. 2015. *The Effect Of Perceived Risk Dimensions On Purchase Intention An Empirical Evidence From Indian Private Labels Market.* India.

Retno Wulandari. 2012. *Dimensi-Dimensi Persepsi Risiko Keseluruhan Konsumen*. Yogyakarta.

Rofiqo dan Eko. 2015. *Pengaruh Selebriti Endorser Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Larutan Penyegar Cap Kaki Tiga Di Mini Market Joni Jaya Prigen)*. Pasuruan.

Septa Akbar Aulia, dkk. 2016. *A Review: Customer Perceived Value and its Dimension*. Malaysia.

Siti Sumaryati. 2014. Http://swa.co.id. Tanggal upload: 7 Juli 2014

Suci dan Teuku. 2017. *Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Konsumen Di Portal E-Commerce Zalora.Co.Id*. Banda Aceh.

Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*.Alfabeta Bandung.

Syafri, dkk. 2015. *Studi Perilaku Belanja Remaja Indonesia 2015*. Tersedia: http://www.marsindonesia.com. Tanggal upload: 8 Desember 2015

V Kumar. 2008. *Managing Customers for Profit: Strategies to Increase Profits and Build Loyalty*. New Jersey: Pearson Education, Inc, 2008.

Venny Rizky Amelia Aziz. 2015. *Pengaruh Persepsi Risiko Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM).* Samarinda.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers : Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.

http://www.giant.co.id