

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, David A., 1996, *Building Strong Brands*, 1st Edition, New York: The Free Press.
- Asnawi, R.A.A., 2009, Analisis Literatur Hubungan Private Label Kesadaran Merek dan Citra Merek dan Penerapannya pada Industri Hipermarket, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Maret: 72-86.
- Boyd, Walker, dan Larrenche, 2000, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua, Jilid 2, Terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Lubis, N., 2005, Keberadaan *Hypermarket* Menghambat Perkembangan Pasar Tradisional, DPW PKS DKI Jakarta, 18 November.
- Ma'ruf, H., 2005, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyana, M., 2010, Pengaruh Private Brand Strategy terhadap Brand Equity dan Implikasinya pada Shopping Preference Konsumen Giant Supermarket Sindangbarang Bogor, *Marketing Corner*, <http://mmulyana.wordpress.com>
- Rangkuti, F, 2004, *The Power of Brands: Teknik Pengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus Dengan SPSS*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sujana, Asep, 2005, *Paradigma Baru dalam Manajemen Ritel Modern*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thoyib, U., 1998, *Manajemen Perdagangan Eceran*, Cetakan Pertama, Ekonisia, Yogyakarta.
- Tjandrasa, B.B., 2006, Potensi Keuntungan Private Label serta Proses Pemilihan Produk dan Pemasoknya pada Bisnis Ritel, *Jurnal Manajemen*, Vol 6, No 1, Nov: 35-41.
- Trimuryono, U. dan I. Hidayat, 2004, Pengaruh Variabel-Variabel Pembentuk Ekuitas Merek Terhadap Niat Menggunakan Semen Baturaja, *Ekuitas*, Vol. 8 No. 3, September: 436-464.

Utami, C.W., 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.

