

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A dan Lane Keller. (1990). Consumer Evolution of Brand Extension, **Journal of Marketing**. Volume 54, January
- Adi Satria., Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Menggunakan Produk Hasil Brand Extension.
- Adriani, R. (2004). Pengaruh Brand Image Pasta Gigi Pepsodent Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. unilever Indonesia Cabang Bandung. Skripsi Strata 1, **Jurusan Manajemen** Fakultas Ekonomi Universitas Padjajaran. Bandung.
- Aditya Rizky & Setyo Pantawis .(2011). **Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek**. *Dinamika Sosial Ekonomi* volume 7 nomor 2 edisi November.
- Ambarani Enka Putri, Apriatni E.P., Andi Wijayanto. (2013). Pengaruh Perluasan Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sampo Dove di Semarang. Diponegoro **Journal of Social and Politic**.
- Danibrata, A. (2008). Pengaruh Perluasan Merek terhadap Citra Merek pada Produk-Produk Pepsodent. **Jurnal Manajemen Pemasaran**, Vol. 10, No.1, April 2008, 37 – 46.
- Dr. Leif E.Hem, Leslie de Chernatony, dan Nina M.Iversen. (2001). Factors Influencing Successful Brand Extensions.
- Fajrianthi, dan Zatul Farrah. (2005). Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. **Fakultas Psikologi Universitas Airlangga**.
- http://repository.upi.edu/operator/upload/s_mbs_045150_chapter5.pdf pada tanggal 20 Mei 2013.
- Indra Andianto. (2009). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Perluasan Merek. **Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gajah Mada**. Yogyakarta.
- Isaack Nathaniel. (2012). Pengaruh Startegi Merek Terhadap Ekuitas Merek di Café Tokyo Connection Bandung.

- Ivana Hadria Hidayat. (2009). Hubungan sikap dan penilaian etika konsumen.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management*, Nine Edition, Prentice Hall International, Inc.
- Kotler dan Armstrong. (1999). **prinsip-prinsip pemasaran**. Jilid 1 edisi 8.
- Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management*, Nine Edition, Prentice Hall International, Inc.
- Prasetyo, H.E.Y. (2012). Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Citra Merek FILMA. Skripsi Strata 1, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Surabaya.
- Produk : Definisi, klasifikasi, dimensi kualitas dan tingkatan produk diakses dari http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html pada tanggal 20 Mei 2013.
- PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk. Profil Perusahaan diakses dari www.ultrajaya.co.id pada tanggal 7 Maret 2013.
- Susanto, A.B dan Himawan Wijarnako. (2004). **Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya** diakses dari http://books.google.co.id/books?id=MYVhZN_1JzYC&pg=PA56&lpg=PA56&dq=reputasi+mempengaruhi+citra+merek&source=bl&ots=LdewQVPyNz&sig=FY4I56orR35x3JmKinfHLCdIbUc&hl=en&sa=X&ei=pb-ZUaKELIjWrQeywoH4Aw&redir_esc=y#v=onepage&q=reputasi%20mempengaruhi%20citra%20merek&f=false pada tanggal 20 Mei 2013.
- Wijayanti., Keuntungan dan Kerugian Perusahaan Menggunakan Brand Extension untuk Produk Baru.
- Zoeldhan Raden S.E. (2011). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek diakses dari <http://zoeldhan-informatika.blogspot.com/2011/11/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-citra.html> pada tanggal 20 Mei 2013.