

DAFTAR PUSTAKA

- Khoiriah, Siti. (2008). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan *Brand Extension* Sebagai Strategi Pengembangan Produk Baru. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8 (2), hal 113- 122.
- Barata, Dion., Dewa. (2007). Pengaruh Penggunaan Strategi *Brand Extension* Pada Intensi Membeli Konsumen, 2 (1), hal 63-77.
- Hem, Chernatony, dan Iversen. (2001). *Factors Influencing Successful Brand Extensions*, hal 2-37.
- Jalees, Tariq., dan Ali, Tahir. (2000). *A Modular Approach to Study the Impact S of Brand Extension in Pakistan*, hal 1-12.
- Danibrata, Aulia. (2008). Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Citra Merek Pada Produk-Produk Pepsodent . *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 10 (1), hal 37- 46.
- Thamaraiselvan, N., dan Raja, J. (2008). *HOW DO CONSUMERS EVALUATE BRAND EXTENSIONS-RESEARCH FINDINGS FROM INDIA*. *Journal of Services Research*, 8 (1), hal 43-62.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas. PT Macanan Jaya Cermelang. Jakarta.
- Aaker, David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Edisi Pertama. Mitra Utama. Jakarta.
- Alma, Buchari. (2002). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Czellar, Sandor.(2003). *Consumer Attitude Toward Brand Extensions: An Integrative Modeland Research Propositions*. *Research in Marketing* , 20, hal. 97–115.
- Kartajaya, Hermawan. (2009). *New Wave Marketing*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Jogiyanto. (2007). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. BPFE. Jogyakarta.
- Keller, Kevin lane. (2008). *Strategic Brands Management*. Pearson Education. Australia
- Sarwono, Jonathan. (2005) *Teori dan Praktik Riset Pemasaran Dengan SPSS*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Pertama. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.

- Peter, J.Paul, Jerry C. Olsen. (1999). *Consumer Behavior*. Edisi keempat. PT Erlangga. Jakarta.
- Schiffman, Leon G, Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. Eight Edition. Pearson Education. Australia.
- Rangkuti, Freddy. (2007). Studi Kasus: Hati - Hati Jebakan Strategi Brand Extension. Majalah Swa, 29 Agustus 2007 diakses dari http://fraimarketing.com/index.php?option=com_content&task=view&id=37 pada tanggal 14 Oktober 2011.
- Hutami, N. N. (2011). Ulasan Penelitian: ANALISIS PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK. Majalah SWA NO.16/XXV/27 Juli - 5 Agustus 2009 diakses dari <http://eprints.undip.ac.id/29175/1/Skripsi006.pdf> pada tanggal 14 Oktober 2011.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.