

DAFTAR PUSTAKA

Adiwijaya, M. **Perluasan Merek : " Strategi Jitu Peluncuran Produk Baru"**. Jurnal Ekonomi Modernisasi, Volume 1, Nomor 2. Surabaya : Universitas Kristen Petra, Juni 2005.

<http://www.google.co.id/#hl=id&q=Perluasan+Merek+%3A+%E2%80%9C+Strategi+Jitu+Peluncuran+Produk+Baru%E2%80%9D&btnG=Telusuri+de+ngan+Google&meta=&aq=f&fp=1&cad=b>

Barret, J., Lye, A., & Venkateswarlu, P. **Consumer Perceptions of Brand Extensions : Generalising Aaker & Keller's Model.**, 1999. Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science, Volume Four. 22 Januari 2009.

<http://members.byronsharp.com/empgens/ConsumerPerceptions.pdf>

Cupiadi, H. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Perluasan Merek {Brand Extension} pada Merek ABC berdasarkan Evaluasi Konsumen di Kabupaten Garut [Skripsi]**. Garut : Universitas Garut, 2008.

<http://www.scribd.com/doc/13374999/Brand-Extension-Factors-with-SEM>

Dwivedi, A., Sweeney, A., Merrilees, B., **Feedback Effects in Brand Extensions: Evidence from India.** New Zealand : University of Otago, 2007.

http://www.anzmac07.otago.ac.nz/anzmacCD/papers/ADwivedi_1.pdf.

Eriyanto, **Metodologi Polling Memberdayakan Suara Rakyat**, Cetakan Pertama : PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999.

Fajrianthi, Farrah, Z., **Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen.** Insan, Vol.7, No.3. Surabaya : Universitas Airlangga, 2005.

<http://www.scribd.com/doc/14339673/Strategi-Perluasan-Merek-Dan-Loyalitas-Konsumen>

Fakultas ekonomi Universitas Medan Area, **Pedoman Penulisan Skripsi**, Medan, 2008.

Gujarati, Damodar, **Basic Econometrics**, 1978, **Ekonometrika Dasar**, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Hem, L.E., Chernatony, L., Iversen, N.M. **Factors Influencing Successful Brand Extensions**. *Journal of Marketing Management*, Vol. 19, No.7-8, 781-806, 2001.

<http://www.brandchannel.com/images/papers/Factorsinfluence.pdf>

Kartajaya, H., . **Hermawan Kartajaya on Marketing**. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Kotler, P., Armstrong, G., **Principles of Marketing**, **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, jilid 1 dan 2, edisi 12: Erlangga, Jakarta, 2008.

Lamb, C., Hair, J., McDaniels, C., **Marketing**, 5th, **Pemasaran**, Jilid Satu, Edisi Pertama: Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.

Rangkuti, Freddy., **The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek**, cetakan ketiga : PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.

_____ **Pengaruh Komponen Ekstensi Merek Terhadap Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty secara Simultan**. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 14, No.1, 10-30, 2007.
http://frimarketing.com/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=28&Itemid=32.

Sugiyono, **Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)**, cetakan ke-13: Alfabeta CV, Bandung, 2009.

Supranto, J. (2007), **Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis**. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Cochran, William G., **Sampling Techniques**, First Edition, **Teknik Penarikan Sampel**, Cetakan Pertama, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta, 1991.

www.unilever.co.id

http://www.unilever.co.id/id/produkkami/personal_care/lifebuoy.asp