

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Creswell, John W. 2002. *Desain Penelitian*. Jakarta: KIK Press.
- Haris, Herdiansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika,
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 4th Edition. New Jersey: Pearson Prentice-Hall.
- Kertajaya, Hermawan, Yuswohady, Dewi Madyani dan Bembi Dwi Indrio. 2004. *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran: Jilid I*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran: Jilid I, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.Prenada Media Group
- McMillan, James H dan Sally Schumacher. 2003. *Research in Education*. New Jersey: Pearson
- Moleong, J. Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. 2002. *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2009. *The Power Of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Nugroho Juli. 2010. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Media

Supranto, J. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Temporal, Paul. 2001. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara.

JURNAL

Czellar, Sandor. 2003. *Consumer Attitude Toward Brand Extensions: an Integrative Models and Research Propositions*. Journal of Research in Marketing 20, 97-115.

Gantini, Seli Indrayani dan Ulani Yunus. 2014. *Analisis Strategi Branding Es Krim Gentong Untuk Menciptakan Brand Extension*.

Hem, Leif .E, Leslie de Chernatony & Nina M. Iversen. 2003. *Factors Influencing Successful Brand Extensions*. Journal of Marketing Management.

Kim, Hakkyun dan Deborah Roedder John. 2008. *Consumer Response to Brand Extensions: Construal Level as a Moderator of The Importance of Perceived Fit*. Journal of Consumer Psychology 18, 116-126.

Lubis, Arlina Nurbaity dan Rogrius Sinulingga. 2013. *Analisis Strategi Brand Extension Kecap ABC ke Saus ABC Terhadap Sensitivitas Respon Konsumen (Studi Kasus Pengunjung Carrefour Plaza Medan Fair)*.

Rahardjo, Christopher Richie. 2016. *Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Frozen Food*. Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis, Universitas Ciputra, Volume 1, Nomor 1.

Suharyanti. 2011. *Pengaruh Persepsi Kecocokan dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Asosiasi Merek dan Intensi Membeli (Studi pada PT Multi Bintang Indonesia)*. Journal Communication Spectrum, Vol. 1, No. 1.

Wijayanti. 2011. *Brand Extension Untuk Produk Baru*. Forum Ilmiah, Volume 8.

Wu, Shwu-Ing dan Chen-Lien Lo. 2008. *The Influence of Core-Brand Attitude and Consumer Perception on Purchase Intention Towards Extended Product*. Journal of Marketing and Logistics, Vol. 21 No. 1, 174-194.

ARTIKEL ELEKTRONIK

<http://fiestawhitetea.co.id/> (diakses pada 2 Oktober 2017)

<http://executive.kontan.co.id/news/pahami-preferensi-konsumen->
(diakses pada 2 Oktober 2017)

<http://www.marketing.co.id/fiesta-white-tea-segarnya-teh-dari-daun-termuda/>
(diakses pada 2 Oktober 2017)

<https://tirto.id/saling-tumpas-dalam-perang-teh-kemasan-y7A>
(diakses pada 2 Oktober 2017)

<http://perpustakaan.kemendag.go.id/glis/?collection.view.5309>
(diakses pada 3 November 2017)

<http://www.marketing.co.id/pionir-di-kategori-teh-putih/>
(diakses pada 13 November 2017)