

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 4ty Edition*. New Jersey: Peason Prentice-Hall.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran: Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & 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.
- Moleong, J. Lexy. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power Of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *The Power Of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Leon. G & Kanuk. (2000). *Consumer Behavior*. New Jersey: Peason Prentice- Hall Inc.

### JURNAL

- Auliya, Masrifah & Suwarni. 2015. *Pengaruh Brand Extension Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Lenovo*. *Ekonomi Bisnis*, Volume 20(No.2), 109–118.
- Dwivedi, Abhishek & Bill Merrilees. 2012. *The impact of brand extensions on parent brand relationship equity*. *Journal of Brand Management*, Volume 19(No.5), 377–390.
- Kusniadji, Suherman. 2016. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods ( Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang )*. *Komunikasi*, Volume 8(No.1), 83–98.
- Suharyati. 2011. *Pengaruh Persepsi Kecocokan dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Asosiasi Merek dan Intensi Membeli*. *Communication Spectrum*, Volume 1(No.1), 1–16.
- Wijayanti. 2011. *Brand Extension untuk Produk Baru*. *Forum Ilmiah*, Volume 8(No. 2), 93–100.